



**HAL**  
open science

# Enjeux actuels et usages narratifs des nouvelles séries du marché de la création audiovisuelle : Les cas de Stranger Things et SKAM France

Asya Sagiroglu

## ► To cite this version:

Asya Sagiroglu. Enjeux actuels et usages narratifs des nouvelles séries du marché de la création audiovisuelle : Les cas de Stranger Things et SKAM France. Sciences de l'information et de la communication. 2018. dumas-02980097

**HAL Id: dumas-02980097**

**<https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-02980097>**

Submitted on 27 Oct 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.

Copyright

## Master professionnel

Mention : Information et communication

Spécialité : Communication Médias

Option : Médias, innovation et création

# Enjeux actuels et usages narratifs des nouvelles séries du marché de la création audiovisuelle

Les cas de *Stranger Things* et *SKAM France*

Responsable de la mention information et communication  
Professeure Karine Berthelot-Guiet

Tuteur universitaire : Johanna Cappi

Nom, prénom : SAGIROGLU Asya

Promotion : 2017-2018

Soutenu le : 21/09/2018

Mention du mémoire : Très bien

## Remerciements

Je souhaiterais dans un premier temps remercier ma tutrice académique, Johanna Cappelletti pour son suivi au cours de l'année et sa sollicitude. Merci également à Vinciane Mokry d'avoir accepté d'être ma tutrice professionnelle pour ce travail.

A ces remerciements, je joins ma sincère gratitude à mes collègues pour leur soutien, et plus particulièrement Sébastien André pour son aide. Merci également à Isabelle Tourneur d'avoir contribué à la mise en place de conditions adéquates pour la rédaction de ce mémoire.

Merci à Gonzalo Recarte pour son aide concernant les entretiens, à Clara Barféty pour sa relecture et à mes camarades du CELSA pour leur aide concernant la bibliographie de ce travail de recherche.

Je suis reconnaissante à Cyril Tysz et Antonio Grigolini de m'avoir accordé un peu de leur temps pour conduire les entretiens riches et intéressants qui ont pu alimenter ce mémoire.

# Sommaire

<b>Introduction</b> .....	4
<b>I) Les séries TV, une forme narrative au cœur des enjeux stratégiques et économiques d'un marché audiovisuel international hyperconcurrentiel</b> .....	10
A) Le marché américain, une tradition ininterrompue en production de séries TV .....	10
B) Spécificités structurelles de la création de séries françaises .....	22
C) Face à Netflix, la production de série comme atout stratégique pour les GAFA et les diffuseurs traditionnels .....	38
<b>II) La construction narrative protéiforme des séries <i>SKAM France</i> et <i>Stranger Things</i></b> ....	43
A) <i>SKAM France</i> et <i>Stranger Things</i> , héritières des étapes historiques de la création de séries TV .....	43
B) L'utilisation de structures dramaturgie pérennes dans <i>Skam France</i> et <i>Stranger Things</i> .....	53
C) Une immersion fictionnelle décuplée par la forme sérielle et l'évolution de ses conditions de réception .....	59
<b>III) La sérialité comme extension de l'immersion fictionnelle</b> .....	70
<b>Conclusion</b> .....	73
<b>Bibliographie</b> .....	78

## Introduction

« On est dans un nouvel âge du récit », « on peut regarder les séries comme un film [sur les plateformes de streaming]<sup>1</sup>», affirme François Jost, professeur en sciences de l'information et de la communication à l'université Paris 3 Sorbonne Nouvelle, faisant le point sur les transformations des études en narratologie suite à la prolifération des séries télévisées.

Ces affirmations interpellent. En effet, François Jost est sémiologue et spécialiste de la narratologie comparée, par laquelle il éclaire l'analyse structurale des récits de séries télévisées actuelles grâce à la trame de romans. Sa comparaison des séries avec les films est révélatrice d'un discours associant ces deux formes de création aujourd'hui. Acteur historique en matière de création de séries, la chaîne américaine HBO a choisi ainsi pour devise « *Ce n'est pas de la TV. C'est HBO*<sup>2</sup>. » Des chercheurs tels que Jean-Pierre Esquenazi peuvent produire des ouvrages tels que *Les séries télévisées ? L'avenir du cinéma*<sup>3</sup>. Cette production de discours autour des séries souligne une mutation : les séries ne sont formellement plus les mêmes et elles ne peuvent être cantonnées à un support télévisuel.

Les séries sont définies dans l'ouvrage *Décoder les séries télévisées* comme une « forme fictionnelle narrative dont chaque occurrence (ou numéro) possède sa propre unité diégétique et dont le(s) héros et/ou thèmes, ainsi que la structure narrative, sont récurrents d'une occurrence à l'autre<sup>4</sup>. » Cette définition nous amène à penser qu'une forme d'unité serait récurrente et constitutive de la série. Malgré ses récentes évolutions formelles, la construction narrative de la série garderait-elle certaines de ses qualités intrinsèques ?

---

<sup>1</sup> Mathieu Garrigou-Lagrange et Laurence Millet, « David Simon 4/4 : La série : un récit ? Un langage ? ». *La Compagnie des auteurs*. France Culture. 25 janvier 2018.

<sup>2</sup> Lorraine Besse, « "It's not TV, it's HBO" : histoire d'une chaîne sans complexes » [site en ligne]. *Biinge.konbini.com*. Disponible sur : <http://biinge.konbini.com/series/its-not-tv-its-hbo-histoire-dune-chaîne-sans-complexes/> [consulté le 1<sup>er</sup> juillet 2018]

<sup>3</sup> Pierre Esquenazi, *Les séries télévisées ? L'avenir du cinéma*. Armand Collin. 2014.

<sup>4</sup> Sarah Sepulchre (dir.), *Décoder les séries télévisées*, Bruxelles, De Boeck Supérieur, coll. « Info&Com », 2017, p.235.

François Jost concède lui-même que certains éléments structurels du récit sériel demeurent malgré cette nouvelle donne. Un éditorial de *Télérama* propose une approche plus critique du discours décrivant les séries comme de longs films : « Une série n'est pas un long film. C'est une forme artistique à part entière, qui répond à un minimum de codes dans son écriture<sup>5</sup> ». Selon l'article, l'association des séries avec les films peut être aussi une maladresse. Cette confusion tenterait en réalité d'exprimer une montée en gamme de la production et des moyens investis dans la réalisation. Ces différentes remarques nous permettent de mettre en exergue certaines tensions. Les transformations subies par les séries ces dernières années les éloigneraient de codes d'écriture télévisuels antécédents. Cependant, ces codes transformés ne les séparent pas entièrement de la TV pour les insérer dans un autre domaine tel que le cinéma. Ces changements semblent s'accompagner plutôt d'une réinvention des séries au sein de leur propre écosystème. Des investissements en moyens financiers et de production participeraient également à ce renouveau. L'importance de ces investissements est telle que l'on parle même d'hyperinflation des coûts de production<sup>6</sup>. Quels enjeux stratégiques sur le marché audiovisuel justifient alors cette mise en œuvre de moyens plus importants pour la production de séries ?

La requalification des séries en « long films » par le discours analysé précédemment fait intervenir la question de la temporalité. Les plateformes de streaming s'adaptent ainsi aux nouveaux usages de consommation en proposant une répartition des *cliffhangers* différente et moins d'intrigues secondaires<sup>7</sup> pour leurs séries. En effet, on ne diffuse et ne consomme pas une série de la même manière si la structure de celle-ci se présente comme un long film. Les pratiques de *binge* et *speed-watching* et la mise à disposition de ces contenus sur une plateforme spécifique souligneraient-elles alors l'apparition de nouveaux usages qui transforment le temps du récit ?

---

<sup>5</sup> Pierre Langlais, « Edito #4 : une série n'est pas un long film » [site en ligne]. *Télérama.fr*. Disponible sur : <https://www.telerama.fr/series-tv/edito-4-une-serie-n-est-pas-un-long-film,140442.php> [consulté le 15 juillet 2018]

<sup>6</sup> Morad Koufane, *Newsletter de la direction des études et du marketing interne*. [en ligne]. Communication personnelle le 01 janvier 2018.

<sup>7</sup> Nerdist Podcast: Duffer Brothers. [25 octobre 2017] [enregistrement vidéo]. In : LBS Podcasts. *YouTube*. [1'19"42]. Disponible sur : <https://www.youtube.com/watch?v=IsK1Z3SlydY> (Consulté le 04 janvier 2018)

Ces observations permettent de proposer notre problématique pour ce travail de recherche. Nous étudierons donc quels sont les nouveaux enjeux de la construction narrative des séries face aux évolutions des usages et au contexte actuel du marché de la création audiovisuelle.

Pour tenter de répondre à cette problématique, ce travail de recherche se propose de faire une étude comparée des séries *Stranger Things*<sup>8</sup> (2015) sur Netflix et *SKAM France* (2018) diffusée sur France 4 et la plateforme FranceTV Slash. Ce choix se justifie par la disponibilité de ces deux séries en streaming sur des plateformes de SVOD, les plaçant ainsi au cœur des enjeux évoqués plus haut.

*Stranger Things* permet d'étudier de plus près les logiques immanentes à la création de série chez Netflix, devenu désormais un acteur incontournable de la production audiovisuelle aujourd'hui. L'intérêt de *Stranger Things* comme étude de cas réside notamment dans la volonté affirmée de construire l'intrigue à la manière d'un long-métrage. Cette affirmation<sup>9</sup> des scénaristes de la série, les frères Duffer, inscrit alors l'objet *Stranger Things* au cœur des tensions des nouvelles formes d'écriture sérielles.

Cette série de science-fiction américaine est un objet d'autant plus propice à cette analyse qu'elle propose une hybridation des genres. Nous pouvons y suivre de près les aventures et les émois d'un groupe de préadolescents face à des forces surnaturelles, dans un univers aux références indéniablement ancrées dans les années 80. Cette hybridation interroge sur les spécificités des séries qui sont diffusées aujourd'hui mais aussi sur le type d'univers et de thèmes qui peuvent y être abordés.

Par ailleurs, si les scénaristes revendiquent une écriture spécifique pour cette série, les personnages y sortent progressivement de l'enfance et semblent suivre l'arc narratif classique<sup>10</sup> de la maturation du héros. A cet égard, *Stranger Things* interroge alors les affirmations de François Jost quant à l'entrée dans un nouvel âge du récit ; n'y aurait-il pas alors des structures narratives pérennes, inchangées par les nouvelles habitudes de consommation et le contexte audiovisuel actuel ?

---

<sup>8</sup> Série dont la production est lancée en 2015 selon Erik Hayden. « Netflix Orders Mystery Series 'Montauk' » [site en ligne]. The Hollywood Reporter. Disponible sur : <https://www.hollywoodreporter.com/live-feed/netflix-orders-mystery-series-montauk-786027> [consulté le 10 mars 2018]

<sup>9</sup> Nerdist Podcast: Duffer Brothers. [25 octobre 2017] [enregistrement vidéo]. In : LBS Podcasts. *YouTube*. [1'19"42]. Disponible sur : <https://www.youtube.com/watch?v=lsK1Z3StydY> (Consulté le 04 janvier 2018)

<sup>10</sup> Christopher Vogler, *The writer's journey: mythic structure for writers*. Michael Wiese Productions, 2007.

Au-delà du scénario, on observe la réappropriation du récit par les spectateurs en dehors des canaux de sa diffusion. Le sort du personnage de Barbara, la meilleure amie délaissée de l'un des personnages principaux, Nancy, a pu ainsi émouvoir les internautes qui lui ont consacré de nombreux hommages<sup>11</sup>. Ces séries vivent donc en dehors de leur diffusion et Netflix se saisit de ces nouveaux enjeux communicationnels à travers des campagnes marketing de grande envergure.

Ce travail explicite sur le récit autour de la série elle-même peut être également observé dans le cas de *SKAM France*. L'adaptation scénaristique de cette série norvégienne a pu ainsi se décliner sur les réseaux sociaux. La série traite de différentes problématiques adolescentes à travers la vie quotidienne d'un groupe de jeunes filles au début du lycée. Le récit s'ancre dans les usages des personnages de la fiction, et ces derniers possèdent tous leur compte Instagram fictif propre. La poursuite du scénario en dehors des épisodes TV va même jusqu'à l'utilisation de captures d'écran du dialogue des personnages par SMS.

La gestion particulière de la temporalité du récit justifie ici notre choix de *SKAM France* pour cette étude comparée. La nouvelle organisation de la temporalité narrative semble également s'actualiser dans la diffusion particulière de cette série. Certaines parties des épisodes sont diffusées à des heures spécifiques de la semaine : il s'agit de faire coïncider les horaires de l'action de la fiction avec ceux de sa diffusion. L'épisode entier est diffusé les vendredis sur la plateforme FranceTV Slash.

Le choix de *SKAM France* nous permet aussi de porter un regard sur les enjeux d'adaptation d'un format de série. Comment rester fidèle aux intentions du scénario tout en l'adaptant aux histoires locales – ici françaises ? La diffusion et l'adaptation de ce format nous permettront de porter un regard plus global sur la création de séries télévisuelles en France.

---

<sup>11</sup> Lucie Dachary, *La nostalgie dans la série Stranger Things : Quand le passé des années 80 rencontre la modernité de 2017*, Paris : CELSA, 2017.

Le choix de cette étude comparée se justifie donc par les tensions similaires mises en œuvre dans les séries *Stranger Things* et *Skam France*. Ces objets répondent tous deux à l'appellation paradoxale de série TV alors même que leur forme narrative renouvelée s'exprime aussi en dehors des plateformes de diffusion classiques. La présence de ces deux productions au sein de plateformes de streaming les ancre par ailleurs au cœur des différentes problématiques du marché audiovisuel français mais aussi international.

Au moyen de ces deux études sérielles comparées, notre réflexion s'articule autour de trois hypothèses.

Nous supposons dans un premier temps que la construction narrative des séries TV entretient un lien fort avec le contexte du marché audiovisuel dans lequel il s'inscrit. Ce lien d'interdépendance comprend les logiques économiques de ce marché, mais aussi les différentes modalités de diffusion et de production de la série. Notre première partie s'attachera alors à décrire l'histoire des séries TV aux Etats-Unis et en France, et l'influence de celle-ci sur certaines caractéristiques des marchés actuels respectifs de ces pays. L'étude des problématiques liées au marché audiovisuel américain se justifie ici par la présence dans notre corpus de *Stranger Things*, mais aussi le poids prépondérant que certains de ses acteurs, en particulier Netflix, occupent aujourd'hui à l'international. L'étude du contexte audiovisuel en France nous permettra d'étudier en quoi l'adaptation *SKAM France* est représentative des nouveaux défis que la création française mais aussi européenne doivent relever.

Notre seconde hypothèse suit également notre plan puisqu'il s'agira d'étudier de plus près dans un deuxième temps la construction narrative des séries *Stranger Things* et *Skam France* ainsi recontextualisées. Nous confronterons à ces exemples l'hypothèse de l'existence de rouages narratifs qui demeurent au-delà des évolutions socio-économiques du secteur.

Enfin, l'expansion du récit de ces séries sur les réseaux sociaux pose la question d'une narration sérielle protéiforme. Notre dernière partie étudiera donc l'hypothèse d'un renouvellement des constructions narratives à travers une appréhension plus large du concept de la sérialité.

Ce travail de recherche sera conduit d'abord par une étude des particularités historiques et socio-économiques des marchés américains et français, puis sera suivi d'une étude comparée du corpus, mêlant les aspects narratologiques et communicationnels propres à ces deux objets. Deux entretiens réalisés avec différents acteurs du marché ont éclairé et inspiré nos analyses. Ces entretiens disponibles en annexe, retracent nos échanges avec le directeur de collection de *Skam France* ainsi que le directeur de la plateforme FranceTV Slash, qui héberge cette dernière série.

## **I) Les séries TV, une forme narrative au cœur des enjeux stratégiques et économiques d'un marché audiovisuel international hyperconcurrentiel**

### **A) Le marché américain, une tradition ininterrompue en production de séries TV**

Afin de mieux comprendre l'élaboration des séries et de leurs structures, il convient de les réinscrire dans le contexte du marché audiovisuel dans lequel elles évoluent. Cette première partie s'attachera donc à détailler les différentes évolutions du marché qui ont amené les acteurs américains et français à se repositionner, parfois à se réinventer. Les caractéristiques et les différences historiques de ces marchés nous aideront à éclairer les enjeux d'aujourd'hui.

Au-delà de cette contextualisation, nous cherchons ici à valider notre première hypothèse. Nous supposons que la construction narrative des séries est influencée par le contexte socio-économique des marchés dans lesquels elles s'inscrivent. L'acception du terme socio-économique que nous prenons en compte ici relève également des évolutions technologiques mais aussi des différentes manières de consommer les contenus télévisuels. Les choix stratégiques des différents acteurs de la chaîne de production et diffusion d'une série TV feront également partie des éléments pris en considération.

Nous avons fait le choix de débiter notre analyse par l'historique de la création des séries américaines pour plusieurs raisons. D'abord parce que la télévision devient un média de masse aux Etats-Unis<sup>12</sup> bien avant de le devenir France, permettant ainsi aux séries de bénéficier d'une familiarité avec le public et d'une tradition de production plus ancienne. Ensuite, nous verrons que la série télévisée française a pris du temps à gagner ses lettres de noblesse, souffrant en partie de la comparaison et de la concurrence avec les productions américaines.

---

<sup>12</sup> Sarah Sepulchre (dir.), *Décoder les séries télévisées*, Bruxelles, De Boeck Supérieur, coll. « Info&Com », 2017, p.12.

## 1) Les années 1950 comme premier « âge d'or » des séries américaines

Avant de nous pencher sur les différentes étapes historiques qui ont contribué au développement de la série télévisée aux Etats-Unis, il convient de rappeler les fondements du marché télévisuel américain. Dès ses débuts, il repose sur des logiques de marché libéral et l'installation du réseau télévisé sur le territoire s'est faite sans aucune intervention du gouvernement. Les premières chaînes historiques, dites *networks*, sont des stations de radio qui décident de tenter l'aventure de la télévision. Il s'agit en 1944 des chaînes ABC, CBS et NBC. Nous verrons plus tard que ce lien originel entre la radio et la télévision aura une influence sur la création de séries télévisées.

La télévision américaine, et avec elle la série TV, ne prend son véritable essor qu'après la Seconde Guerre mondiale<sup>13</sup>. Dans un premier temps la télévision se regarde au sein d'espaces publics et ne rejoint la sphère privée que plus tard. En effet, les premières diffusions TV prennent place dans des lieux tels que les bars et les tavernes de centres-villes. Elles donnent lieu à des pratiques spécifiques car le lieu de diffusion s'apparente à une salle de spectacle et les téléspectateurs se comportent à la manière d'un public dans les gradins. Si l'audience d'alors est d'origine sociale mixte mais plutôt masculine en raison des programmes diffusés (des retransmissions sportives), il est important de préciser ces conditions de réception particulières. Selon Jean-Pierre Esquenazi, si la réception publique de la télévision avait continué de dominer, « la série n'aurait pas paru aussi bien adaptée aux envies et besoins du public<sup>14</sup>. » On note par ailleurs que la diffusion de la télévision à cette époque reste encore relativement limitée puisque en 1947 les principales ventes de postes se concentrent à New York et s'élèvent au nombre de 60 000.

Mais ce sont les années 1950 qui marquent le véritable essor de la télévision aux Etats-Unis. Avec le développement économique de l'après-guerre, 70% des foyers

---

<sup>13</sup> Pierre Esquenazi, *Les séries télévisées ? L'avenir du cinéma*. Armand Collin.2014. p.14-15.

<sup>14</sup> Idem p.15.

américains disposent déjà d'un téléviseur en 1956<sup>15</sup>. Cette expansion du téléviseur est également géographique : les Américains des côtes Est et Ouest peuvent désormais regarder les mêmes programmes au même moment (les programmes sont diffusés à des horaires différents pour contourner les contraintes de fuseaux horaires). La réception de la télévision rejoint donc à partir de cette époque la sphère plus privée du foyer mais permet aussi de toucher un public plus large.

L'insertion du téléviseur dans les foyers américains permet au public de se familiariser à la consommation TV grâce à des programmes populaires de qualité. On peut citer par exemple le *Texaco Star Theater*<sup>16</sup> de l'humoriste Milton Berle. Cette émission venant de la radio rencontre un franc succès et stimule l'achat de téléviseurs. La variété n'est pas le seul genre ou encore le seul type de contenu qui fait les beaux jours de la télévision dans les années 1950. Des pièces de théâtres approuvées par la critique sont adaptées ou écrites pour la télévision, mais la première sitcom dans un studio hollywoodien est aussi filmée : l'emblématique *I Love Lucy*.

Il est intéressant de constater que si ces formats sont adaptés au nouveau médium de la TV, ils sont adaptés ou inspirés de productions à l'origine conçues pour être diffusées à la radio. C'est le cas de toutes les émissions que nous avons pu citer plus haut. Les sketches de Milton Berle s'inspirent de leur diffusion radio des années 40 et *I Love Lucy* est l'adaptation d'une émission de radio populaire, *My Favorite Husband*. Les pièces de théâtres adaptées à la télévision s'inspirent pour leur diffusion d'une manière de faire qu'elles appliquaient déjà dans leur version radio : une émission-spectacle d'une heure, destinée à une diffusion unique en direct.

La synergie entre les formats et la circulation entre les différents secteurs médiatiques ne se restreignent pas à la radio sur le marché audiovisuel américain des années 1950. En effet, conscients de la concurrence apportée par la télévision, les grands studios de cinéma américains vont investir la production télévisuelle. Ils utilisent les structures déjà existantes et, signe de cette cohabitation, la plupart des scénaristes vont quitter la côte Est pour la Californie. Certaines productions, telles que la série

---

<sup>15</sup> Marjolaine Boutet, *Les séries télé pour les nuls*, Paris, Editions First, 2009.

<sup>16</sup> Idem p.18.

policière *Alfred Hitchcock presents* (CBS, 1955-1962), sont particulièrement représentatives de cette synergie.

Pour les critiques américains, mais aussi Jean-Pierre Esquenazi, les années 1950 constituent un premier âge d'or de la fiction télévisuelle. Les nombreuses expérimentations autour de ce format permettent d'en définir les grandes lignes mais aussi les principales catégories comme la comédie, le western, la série policière et le récit fantastique. Nous notons ici que si les séries TV puisent leurs histoires dans des formes plus anciennes (feuilleton radio ou pièce de théâtre), elles les réactualisent en les adaptant à la télévision. La circulation et transformation de ces récits permettent cependant l'émergence d'une forme narrative propre à la TV qui a désormais ses propres genres.

Outre la pénétration exponentielle du nombre de téléviseurs au sein des foyers et la synergie entre les différents médias, l'essor de la fiction est également permis par l'émergence de "plumes", d'auteurs reconnus de télévision. On peut nommer ainsi par exemple les auteurs Rod Sterling, Charles Beaumont et Richer Matheson, créateurs de *La Quatrième Dimension*<sup>17</sup> (CBS, 1959-1964). C'est cette série qui a pu marquer par ailleurs l'avènement d'un des nouveaux genres des années 1950 qu'est le fantastique. Le fait que ces trois créateurs soient à la fois scénaristes et écrivains de littérature pour certains souligne une nouvelle fois les phénomènes de circulation entre les différents secteurs de la fiction aux Etats-Unis.

La rentabilité commerciale fait par ailleurs partie très tôt des réflexions inhérentes à la production de séries aux Etats-Unis, et ce, dès les années 1950. Elle affirme aussi une écriture de série TV pleinement inscrite et influencée par la situation économique du marché qui l'accueille. Ainsi, *Texaco Star Theater* tenait son nom de son sponsor, la compagnie pétrolière Texaco, et Alfred Hitchcock lui-même n'hésitait pas à faire la publicité de marques partenaires lors de ses apparitions dans *Alfred Hitchcock presents*.

Mais les séries, et plus particulièrement leur écriture, sont influencées par un autre élément commercial : les coupures publicitaires. En effet, ces dernières deviennent de plus en plus nombreuses au cours des années 1950. Elles ont une incidence sur les

---

<sup>17</sup> *The Twilight Zone* en anglais. Idem p.21.

scénarios car il faut tenir le spectateur assez en haleine afin qu'il reste sur la chaîne pour visionner la publicité avant que l'épisode ne reprenne. La règle générale est alors de découper les épisodes de 30 minutes en deux actes et ceux d'une heure en quatre. C'est également à cette même période que naît la première série télévisée déclinée en produits dérivés : *Zorro* (ABC, 1957-1959).

Cette description de l'essor des séries dans les années 1950 aux Etats-Unis apporte déjà quelques éclairages sur notre première hypothèse. La construction narrative des séries semble être liée au contexte socio-économique dans lequel elle se trouve. La télévision, en s'installant dans les foyers, touche un public désormais plus large et amène les séries télévisées à diversifier leur offre, d'où l'apparition de nouveaux genres. De nouvelles professions voient le jour et sont reconnues, comme celle d'auteur de télévision. Le caractère commercial du financement de ces séries fait que celles-ci adaptent leur narration à ces contraintes.

Nous sommes cependant ici sur un marché où le nombre de diffuseur reste encore restreint, avec l'existence seule des différents *networks*. Il convient alors de soumettre notre hypothèse aux évolutions du marché qui vont suivre.

## **2) La fin de la suprématie des *networks* dans les années 1980 et ses conséquences sur les séries TV**

Les séries des années 1960 et 1970 ne présentent pas d'évolutions notables en termes formels, mais stabilisent les codes déjà établis de ce format<sup>18</sup>. Elles marquent cependant la naissance des séries judiciaires et médicales, et se font par leurs différentes thématiques écho des problématiques de l'époque. La guerre du Vietnam, la guerre froide et la place des afro-américains aux USA, par exemple, ont inspiré des productions portées sur le petit écran.

C'est pourquoi nous faisons le choix ici de nous pencher plus particulièrement sur les années 1980, représentatives d'une autre forme de tournant en matière de séries aux

---

<sup>18</sup> Sarah Sepulchre (dir.), *Décoder les séries télévisées*, Bruxelles, De Boeck Supérieur, coll. « Info&Com », 2017, p.22-30.

Etats-Unis. Les innovations narratives sur cette période sont restreintes à un petit nombre de séries et, globalement, les productions de l'époque se font miroir du conservatisme des années Reagan. Mais l'apparition de nouveaux acteurs et de nouvelles technologies est source d'importants changements.

De cette manière, l'arrivée du magnétoscope et de la télécommande change la manière de regarder la TV. La télécommande permet de "zapper" entre différentes chaînes tandis que l'enregistrement sur magnétoscope permet de visionner des programmes en différé, mais aussi d'accélérer pour passer les publicités ainsi enregistrées<sup>19</sup>.

A cela s'ajoute le renforcement de la concurrence, accrue avec l'entrée de nouveaux acteurs sur le marché. Il s'agit de la création d'un nouveau *network*, la Fox, en 1986. Il se différencie par une offre plus corrosive (avec notamment la série *Les Simpson*, lancée en 1989). L'avènement des chaînes du câble vient prolonger cette diversification de l'offre. Face à ces nouvelles propositions, l'audience se disperse. Elle est d'autant plus difficile à capter qu'elle est désormais constituée d'une population ayant grandi avec la télévision. De 1978 à 1991, les chaînes ABC, CBS et NBC voient ainsi leurs audiences cumulées de 92% baisser à 63% des téléspectateurs<sup>20</sup>.

Ce public volatile, et plus exigeant, oblige les chaînes à renouveler leur offre et à proposer des contenus plus surprenants. Si cette audience aguerrie amène de nouvelles contraintes, c'est une certaine habitude de la consommation de série TV qui va permettre d'introduire de nouveaux formats. La série *Dallas* (CBS, 1978-1991) en est l'un des exemples les plus frappants. Confiant dans la capacité des spectateurs à suivre une intrigue d'une semaine à l'autre, CBS lance cette série qui devient la première fiction hebdomadaire feuilletonnante. Le caractère feuilletonnant de *Dallas* permet aussi l'apparition du *cliffhanger*, c'est-à-dire une scène de fin d'épisode qui crée le suspense pour inciter le téléspectateur à suivre le récit. Les séries deviennent de cette manière de plus en plus addictives. En 1980, 80% des foyers américains se retrouvent devant leur

---

<sup>19</sup> Marjolaine Boutet, *Les séries télé pour les nuls*, Paris, Editions First, 2009, p.68.

<sup>20</sup> Sarah Sepulchre (dir.), *Décoder les séries télévisées*, Bruxelles, De Boeck Supérieur, coll. « Info&Com », 2017, p.31.

poste de télévision pour le début de la troisième saison de *Dallas*<sup>21</sup> ! C'est aussi la première fois que l'on voit apparaître à la télévision des personnages principaux "immoraux" tels que "l'infâme JR"<sup>22</sup> de *Dallas*. Les années 1980 marquent le début d'une tendance qui s'accroît par la suite : la recombinaison<sup>23</sup>. Ce terme désigne le mélange des genres au sein d'une même série. *Clair de Lune* (ABC, 1985-1989) est un des exemples de ce phénomène puisque la série en mêle à la fois des éléments d'enquête policière, de comédie romantique et de drame en costumes.

Si les innovations narratives des années 80 sont isolées, elles instaurent des manières de faire dont l'influence persiste dans les années qui suivent. Les séries américaines des années 1990 en sont la preuve.

Tributaire d'une Amérique désenchantée suite à la guerre froide, les séries TV des années 90 sont empreintes d'un fort réalisme<sup>24</sup>. On peut citer de cette manière *Oz* (HBO, 1997-2003) qui décrit sans concessions l'univers carcéral américain. C'est pendant cette période que les premières séries produites par les chaînes du câble arrivent, dont le précurseur est HBO. Par rapport aux *networks*, les chaînes du câble disposent d'un avantage de taille : elles ne sont pas soumises aux règles de la *Federal Communications Commission* (FCC). Cette instance indépendante est chargée de réguler et d'appliquer un certain nombre de réglementations concernant la radio et la télévision. Elle doit veiller à « la diversité de l'offre télévisuelle, la libre concurrence et au respect de l'équité face aux citoyens.<sup>25</sup>» Elle est également chargée de bannir tout contenu considéré comme indécent ou obscène. De fait, les insultes ou toute scène à caractère sexuel sont interdites des *networks*, octroyant aux chaînes câblées l'avantage compétitif de proposer du contenu plus subversif.

De nombreuses séries politiquement incorrectes vont ainsi voir le jour, telle que la série d'animation *South Park* (Comedy Central, diffusée depuis 1997) et cette tendance se confirme pendant les années 2000. La sexualité de femmes célibataires est mise en

---

<sup>21</sup> Idem, p.35.

<sup>22</sup> Personnage avide de pouvoir et sans scrupules joué par Larry Hagman.

<sup>23</sup> Todd Gitlin, *Inside Prime Time*, New York, Pantheon, 1983, p.75.

<sup>24</sup> Marjolaine Boutet, *Les séries télé pour les nuls*, Paris, Editions First, 2009, p.74-75.

<sup>25</sup> Sarah Sepulchre (dir.), *Décoder les séries télévisées*, Bruxelles, De Boeck Supérieur, coll. « Info&Com », 2017, p. 42.

avant par *Sex and the City* (HBO, 1998-2004), le quotidien d'un parrain de la mafia dépressif est dépeint dans *The Sopranos* (HBO, 1999-2007), et les dealers de drogues prennent des allures plus sympathiques dans *Weeds* (Showtime, 2005-2012) et *Breaking Bad* (AMC, 2008-2013). Dans le cadre des limites imposées par la FCC, les *networks* s'inscrivent aussi dans la tendance avec *Dr House* (Fox, 2004-2012), dont le héros éponyme est un docteur misanthrope et incisif.

Mais si l'offre se diversifie, c'est aussi parce que les années 1990-2000 voient l'éparpillement de l'audience constatée dans les années 1980 s'accroître. Le paysage américain compte de plus en plus de chaînes mais aussi de manière de regarder la TV. Entre 1992 et 2000, le nombre de chaînes de télévision aux Etats-Unis passe ainsi de 79 à 281<sup>26</sup>. Les foyers tendent également à compter plusieurs postes de télévision, et le petit écran n'est plus forcément le lieu d'un visionnage familial. Cet éparpillement de l'audience conduit les chaînes à mettre de côté les programmes généralistes et à se spécialiser en thématiques, types de contenus ou encore par type de public (Lifetime pour les femmes au foyer ou BET pour les Afro-américains par exemple). En 2006, les chaînes destinées à capter un public jeune que sont WB et VPN vont fusionner pour créer le *network* The CW.

Les avancées technologiques et les changements de mode de consommation amorcés dans les années 1980 prennent également une nouvelle ampleur avec les appareils d'enregistrement numériques. En effet, outre la possibilité de se défaire des contraintes de visionnage en direct, ce type d'enregistrement permet de tout simplement supprimer la publicité. Ce nouvel écosystème pousse les chaînes à adopter différentes stratégies. Les *networks* traditionnels rachètent ou fondent leurs propres chaînes câblées, et des chaînes du câble comme HBO et Showtime misent sur des abonnements promettant des programmes sans coupures publicitaires et libérés des contraintes du FCC.

Les évolutions que nous avons décrites plus haut confirment notre hypothèse d'une construction narrative de séries influencée par le marché dans lequel elles s'inscrivent. Si, dans les années 1950, il s'agissait de s'adresser à un public large et

---

<sup>26</sup> Idem, p.33.

familial avec un nombre restreint de diffuseur, ici il s'agit véritablement de capter une audience de plus en plus volatile. Face à un public aguerri aux précédentes formes, moins disposé à suivre le rythme de diffusion imposé par les diffuseurs, la production de série est soumise à de nouvelles contraintes. Au-delà du public, c'est aussi le paysage télévisuel américain qui devient de plus en plus concurrentiel avec l'arrivée de nouveaux diffuseurs. Nous avons pu voir que ces derniers ne sont par ailleurs pas soumis aux mêmes contraintes.

Pour les diffuseurs et les créateurs, de nombreux défis apparaissent : il faut viser un public de plus en plus spécifique et le surprendre. Par rapport aux années précédentes, les thématiques sont de plus en plus diversifiées et se permettent des sujets et des tons plus sombres et corrosifs. L'émergence d'abonnements spécifiques atteste des évolutions des offres dans lesquelles les séries s'inscrivent. Pour les chaînes, les contenus de série et leur manière d'être mises à disposition deviennent des éléments stratégiques essentiels et des facteurs de différenciation.

Ces dynamiques se poursuivent en s'accroissant dans les années 2000, plus particulièrement avec l'émergence de services exclusivement destinés à la vidéo à la demande en ligne, comme Netflix.

### **3) Un contexte audiovisuel américain bouleversé par l'arrivée de Netflix**

L'entreprise Netflix est créée en 1998 au départ en tant que service de location vidéo. En 2007, elle se tourne vers l'activité pour laquelle elle est reconnue aujourd'hui, c'est-à-dire le streaming. Cette nouvelle offre (disponible sur tablette, mobile et écran TV) est mise à disposition grâce aux avancées technologiques de la rapidité d'internet. Dans un premier temps, les Américains sont les seuls à pouvoir profiter de Netflix. Les années 2010 amorcent l'expansion internationale de cette plateforme, d'abord disponible en Amérique latine et dans les Caraïbes<sup>27</sup>. Cette expansion s'accroît en 2013 avec sa

---

<sup>27</sup> « Netflix's history: From DVD rentals to streaming success », *Bbc.co.uk*, [disponible en ligne : <http://www.bbc.co.uk/newsbeat/article/42787047/netflixs-history-from-dvd-rentals-to-streaming-success>], publié le 23/01/2018, consulté le 01/08/2018.

première création originale, *House of Cards*. La manière de diffuser cette série fait date : l'intégralité de la première saison est mise à disposition d'une seule traite. Cette pratique s'inscrit dans l'usage des spectateurs adeptes du *binge watching* ou *binge viewing* qui consiste à regarder plusieurs épisodes à la suite d'une même série. Une pratique de plus en plus répandue puisque 42% des spectateurs pratiquent le *binge watching* une ou deux fois par mois<sup>28</sup>. Héritière du marché duquel elle émerge, la plateforme Netflix reprend par ailleurs avec *House of Cards* les codes qui ont fait le succès des séries d'HBO (anti-héros, grands noms avec l'acteur Kevin Spacey, gros budget, réalisation et écriture soignées.)

La manière de procéder de Netflix influence la grammaire narrative des séries ainsi produites. La plateforme commande des séries sans pilote préalable et met à disposition tous les épisodes de ces productions originales en même temps, permettant à ses utilisateurs de regarder ses contenus à la vitesse souhaitée. Ce visionnage se fait de plus sans interruption puisqu'il s'agit d'un système par abonnement et qu'il n'y a pas de coupures publicitaires<sup>29</sup>. Ce contexte de diffusion permet aux créateurs de séries de maîtriser le rythme narratif de leur histoire sans les contraintes du *cliffhanger* publicitaire. A la recherche de contenus hautement qualitatifs, Netflix investit par ailleurs des sommes considérables dans la production de contenus originaux. En 2018, la plateforme dépense de cette manière 8 milliards de dollars pour satisfaire ses quelques 120 millions d'abonnés<sup>30</sup>.

---

<sup>28</sup> Direction des études, des affaires économiques et de la prospective, « L'évolution de la production des séries américaines », *Csa.fr*, [disponible en ligne : <https://www.csa.fr/Informer/Collections-du-CSA/Thema-Toutes-les-etudes-realisees-ou-co-realisees-par-le-CSA-sur-des-themes-specifiques/Les-autres-etudes/L-evolution-de-la-production-des-series-americaines>], publié en octobre 2016, consulté le 21/07/2018, p.29.

<sup>29</sup> Il s'agit pour l'instant des logiques de diffusion propres à Netflix, mais la plateforme a pu expérimenter fin août 2018 des vidéos promotionnelles de ses propres contenus. In : CADOT, Julien, « Netflix teste de la publicité entre les épisodes d'une série (et déclenche la colère des internautes) », *Numerama.fr*, [disponible en ligne : <https://www.numerama.com/pop-culture/409015-netflix-teste-de-la-publicite-entre-les-episodes-dune-serie-et-declenche-la-colere-des-internautes.html>] publié le 20/08/2018, consulté le 20/08/2018.

<sup>30</sup> « La révolution du streaming », *Courrier International*, n°1424 du 15 au 21 février 2018, p.40.

L'ascension de Netflix déclenche une mise en concurrence féroce où les différents acteurs investissent des sommes de plus en plus importantes dans la production de contenus. L'inflation des coûts de production et les stratégies des différents acteurs pour capter les talents du marché audiovisuels en attestent. Nous remarquons ainsi que le budget dédié à un épisode a sensiblement augmenté au cours des dernières années. Auparavant, un épisode d'une heure sur un *Network* pouvait atteindre les 3,5 millions de budget. En 2014, cette somme s'élève à 5,85 millions pour un épisode de *NCIS: New Orleans*<sup>31</sup> et à respectivement 10 et 14 millions de dollars pour *Games of Thrones* (HBO) et *The Crown* (Netflix) en 2016<sup>32</sup>.

A travers les investissements de plus en plus importants dont elles font l'objet, nous pouvons parler pour la plupart des séries d'une certaine montée en qualité de production. A cela s'ajoute aussi une augmentation en volume avec une croissance exponentielle des commandes de séries originales de la part de diffuseurs. En effet, sur la période 2016-2017, 29 diffuseurs, en plus des 5 Networks, ont choisi d'investir dans de nouvelles séries originales<sup>33</sup>. Le nombre de séries diffusées est multiplié par 2,5 aux Etats-Unis entre 2010 et 2018, avec notamment une explosion des diffusions de séries sur les plateformes de streaming. Ces dernières passent de 4 à 117 séries diffusées au cours de l'année<sup>34</sup>. Le terme de *Peak TV*<sup>35</sup>, expression employée par John Landgraf, le dirigeant de la chaîne câblée FX, qualifie cette surabondance de l'offre.

---

<sup>31</sup> Direction des études, des affaires économiques et de la prospective, « L'évolution de la production des séries américaines », *Csa.fr*, [disponible en ligne : <https://www.csa.fr/Informer/Collections-du-CSA/Thema-Toutes-les-etudes-realisees-ou-co-realisees-par-le-CSA-sur-des-themes-specifiques/Les-autres-etudes/L-evolution-de-la-production-des-series-americaines>], publié en octobre 2016, consulté le 21/07/2018, p.18.

<sup>32</sup> Charles Martin, « Le top 10 des séries les plus chères de tous les temps », *Premiere.fr*, [disponible en ligne : <http://www.premiere.fr/Series/News-Series/Le-Top-10-des-series-les-plus-cheres-de-tous-les-temps>], publié le 27/10/2016, consulté le 05/08/2018.

<sup>33</sup> Direction des études, des affaires économiques et de la prospective, « L'évolution de la production des séries américaines », *Csa.fr*, [disponible en ligne : <https://www.csa.fr/Informer/Collections-du-CSA/Thema-Toutes-les-etudes-realisees-ou-co-realisees-par-le-CSA-sur-des-themes-specifiques/Les-autres-etudes/L-evolution-de-la-production-des-series-americaines>], publié en octobre 2016, consulté le 21/07/2018, p.4.

<sup>34</sup> Morad Koufane, *Newsletter de la direction des études et du marketing interne: Peak TV*. [en ligne]. Communication personnelle le 08 janvier 2018.

<sup>35</sup> Direction des études, des affaires économiques et de la prospective, « L'évolution de la production des séries américaines », *Csa.fr*, [disponible en ligne : <https://www.csa.fr/Informer/Collections-du-CSA/Thema-Toutes-les-etudes-realisees-ou-co-realisees-par-le-CSA-sur-des-themes-specifiques/Les-autres-etudes/L-evolution-de-la-production-des-series-americaines>], publié en octobre 2016, consulté le 21/07/2018, p.18.

Les plateformes se présentent comme une concurrence rude pour les diffuseurs de la télévision linéaire. Un nombre croissant de foyers américains n'ont plus ou n'ont jamais eu d'abonnement au câble, centrant leur consommation autour d'une offre de vidéo à la demande<sup>36</sup>, et les plateformes de streaming deviennent une source de revenu importante pour les studios de production. Nous constatons également que les récentes évolutions du marché valident notre hypothèse puisque les constructions narratives des séries des plateformes de streaming s'adaptent à leur mode de diffusion.

Netflix inquiète les diffuseurs américains mais aussi les grands acteurs de la technologie américaine que sont Google, Facebook, Apple et Amazon. Ils adoptent tous à leur manière une stratégie de création de contenu et de plateforme de vidéo à la demande. Les acteurs européens suivent ce mouvement et c'est pourquoi nous choisirons de développer cet aspect plus tard.

Afin de mieux comprendre comment les acteurs européens et plus particulièrement la France s'organisent face à Netflix, il convient de revenir sur les étapes historiques de la création de séries en France.

---

[etudes/L-evolution-de-la-production-des-series-americaines](#)], publié en octobre 2016, consulté le 21/07/2018, p.5.

<sup>36</sup> Idem, p.10.

## B) Spécificités structurelles de la création de séries françaises

### 1) Les étapes historiques du développement irrégulier de la création de séries en France

Nous avons pu voir précédemment que le rapide développement de la télévision comme média de masse aux Etats-Unis, appuyé par un secteur privé concurrentiel, a permis le développement tant quantitatif que qualitatif des séries sur ce territoire. Afin de pouvoir mieux étudier *Skam France* dans notre seconde grande partie, nous nous proposons d'analyser ici quelques-unes des caractéristiques historiques des séries en France.

Si notre première hypothèse a pu être précédemment confirmée, il s'agira ici d'étudier dans quelle mesure la construction narrative des séries en France a été influencée par le marché et le contexte national. En effet, le marché audiovisuel français comporte d'importantes différences, notamment historiques, avec le paysage audiovisuel américain. Malgré leurs différences, la confrontation des deux modèles nous permettra aussi de faire ressortir certains des nouveaux défis spécifiques aux séries françaises.

L'ancêtre de la série en France est le *serial* dont l'un des exemples marquants est le *Fantômas* de Louis Feuillade (1913). Le *serial* est un type de film court et feuilletonnant, diffusé en plusieurs épisodes à suivre au cinéma. Il est intéressant de noter que l'origine historique de la forme sérielle audiovisuelle se trouve en France au cinéma, alors même que les années qui suivent opposent fiction TV et cinéma<sup>37</sup>.

Le marché de la télévision est particulièrement différent des Etats-Unis de par sa nature même : l'audiovisuel français est soumis à un monopole de l'Etat sur la RTF (Radiodiffusion-Télévision-Française). On ne compte ainsi que quatre chaînes de radio nationales et une chaîne de télévision dans les années 1950. Si les premières expériences de télédiffusion datent de 1920 et 1930, jusqu'en 1963 les Français ne disposent que d'une seule chaîne de télévision. Retardée par une pénétration dans les

---

<sup>37</sup>Pierre Ziemnak, *Exception française, de Vidocq au Bureau des légendes 60 ans de séries*, Paris, Éditions Vendémiaire, coll. « L'univers des séries », 2017, p.20.

foyers faible au début des années 1950<sup>38</sup>, la télévision ne devient véritablement un média de masse que lors de la décennie suivante.

Dans un premier temps, les prémisses des formes sérielles à la télévision s'inspirent de feuilletons littéraires et radio. Nous constatons ici, que comme aux Etats-Unis, les premières séries TV puisent leur inspiration dans les narrations sérielles qui les précèdent. Elles apparaissent dès 1949 et s'adressent à un jeune public comme *Les Aventures de Télévisius* (RTF Télévision, 1949-1953). Il faut attendre 1958 pour voir les premières vraies collections dramatiques apparaître sur le petit écran. Ces collections permettent à des réalisateurs de proposer du contenu pour ce médium mais sont révélatrices d'une tendance qui va ensuite persister : la priorité est donnée à la réalisation plutôt qu'à l'écriture. C'est aussi l'époque de la Nouvelle Vague au cinéma. Les auteurs-réalisateurs sont donc mis en avant mais la télévision n'est pas pensée comme un médium ayant sa grammaire esthétique propre. La synergie des secteurs ayant eu lieu aux Etats-Unis ne se produit pas, et une certaine hiérarchie de prestige semble prendre place entre la télévision et le cinéma en France.

L'année 1964 est celle d'un nouveau tournant. D'abord parce que la télévision s'installe progressivement dans les foyers français pour atteindre les 70% de foyers équipés en 1970. Cette même année marque aussi la transformation de la RTF en ORTF (Office de la Radiodiffusion-télédiffusion française) et la naissance de la deuxième chaîne de télévision du paysage audiovisuel français. Ces deux canaux demandent à être alimentés en contenu, c'est pourquoi un feuilleton de 13 minutes est mis en place par l'ORTF. Il est conçu de manière à capter et garder une audience pour le journal télévisé de 20 heures qui suit. Le feuilleton correspond donc ici à une stratégie de programmation et son contenu est directement lié à cette exigence puisque son scénario traite de problématiques sociales contemporaines. *Janique Aimée* (1963) et la chronique familiale *Vive la vie* (1966-1970) en sont quelques exemples.

---

<sup>38</sup> « En 1954 on compte 60 000 postes en France, contre plus de 1 millions en Grande-Bretagne et en Allemagne de l'Ouest, et 23 millions aux Etats-Unis » In : Marjolaine Boutet, *Les séries télé pour les nuls*, Paris, Editions First, 2009, p.88.

Si le marché américain était en compétition avec les acteurs sur son propre sol à la même époque, c'est une concurrence venue du monde anglo-saxon qui va stimuler la création de feuilletons en France. En effet, depuis les années 1950 des productions telles qu'*Ivanhoé* (1959) ou *Zorro* (1965) sont diffusées sur le petit écran français. En réponse, l'ORTF choisit alors de créer ou adapter des œuvres locales qui reflètent la société française. Ce sont des feuilletons dont les épisodes durent 25 à 30 minutes tels que *Belle et Sébastien* (1965-1970) et *Les Chevaliers du ciel* (1967-1970). Cette stratégie se montre probante et la fiction française gagne du terrain. Leur volume de diffusion passe ainsi de 136 heures en 1964, à 362 heures en 1971 et 804 heures en 1976<sup>39</sup>. Cette augmentation en volume appelle naturellement des demandes d'investissement plus important de la part de l'ORTF. Or, cette dernière tire son budget de la redevance sur les postes de télévision, et le nombre de fictions augmente plus vite que le nombre de téléviseurs.

Un nouvel acteur s'insère alors dans la fabrication des séries télévisées françaises. Il s'agit des sociétés de productions privées. *Les Chevaliers du ciel* que nous venons de citer, sont de cette manière l'œuvre d'une coproduction avec Son et Lumière. Ces feuilletons destinés à parer à la concurrence anglo-saxonne prennent progressivement et principalement la forme de fictions historiques. Ils sont les premiers exemples d'hybridation du genre. *Les Nouvelles Aventures de Vidocq* (1971-1973) ou *Les Brigades du Tigre* (1974-1983) mêlent de cette manière le genre policier et historique. Nous constatons alors que la concurrence anglo-saxonne permet à cette époque un certain renouvellement des séries françaises.

Les années 1960 se caractérisent par l'installation des mini-séries de prestige<sup>40</sup>, une forme de fiction qui perdure jusque dans les années 2000. Elles se développent en budget et en ambition pour devenir ensuite les premières coproductions européennes de série

---

<sup>39</sup> Monique Sauvage et Isabelle Veyrat-Masson, *Histoire de la télévision française*, Paris, Nouveau Monde, coll. « Poche Histoire », 2012, p.107.

<sup>40</sup> Feuilletons avec peu d'épisodes (environ 6), qui durent au moins une heure et disposent de moyens financiers importants.

en France. *Quentin Durward* (1971) est ainsi coproduit avec l'Allemagne tandis *Michel Strogoff* (1975) rassemble jusqu'à sept pays européens.

Les années 1970 quant à elles marquent une première forme de stagnation de la production de fictions télévisuelles françaises. Cette situation s'explique à la fois par des évolutions institutionnelles mais aussi économiques.

La production de la fiction continue d'être externalisée par manque de moyens publics. Ce manque de budget est accentué par plusieurs facteurs. Tout d'abord, le nombre de téléviseurs se stabilise et les recettes de la redevance ralentissent. Ensuite les revenus publicitaires atteignent leur limite avec la saturation du marché. Enfin, l'inflation amène l'Etat à maîtriser ses dépenses. C'est aussi pour ces raisons que ce dernier prend des mesures pour séparer toute activité de production<sup>41</sup> des diffuseurs que sont Antenne 2 et de TF1.

Les évolutions se poursuivent avec l'apparition d'une troisième chaîne en 1972 et l'éclatement de l'ORTF en 1974. Le paysage audiovisuel français est désormais constitué de TF1, Antenne 2 et FR3. Malgré cette ouverture du marché à de nouvelles chaînes, la concurrence reste modérée et se fait ressentir sur la production de fictions. Le nombre de feuilletons quotidiens diminue et les mini-séries de prestige sont légion.

Dans les années 1980, le marché télévisuel français se libéralise et le paysage se transforme avec l'arrivée de la chaîne à péage Canal + en 1984, mais aussi la création de La Cinq (1986) et de M6 (1987). C'est également en 1987 que TF1 est privatisée. Les séries américaines se répandent sur le marché français et certaines comme *Dallas* connaissent un succès retentissant. Pourtant, contrairement à la dynamique observée dans les années 1960 avec l'arrivée des séries anglo-saxonnes, ici cette nouvelle vague d'exportation ne donne pas lieu à un élan créatif. Au contraire, des tentatives de copies de ces intrigues sentimentales et familiales émergent comme *Châteauvallon* (Antenne 2, 1985) et *Riviera* (TF1, 1991-1992). Quelques innovations apparaissent du côté du genre

---

<sup>41</sup> Il s'agira de les interdire de détenir des « moyens de productions "lourds" et des participations dans des sociétés de production. » In : Pierre Ziemnak, *Exception française, de Vidocq au Bureau des légendes 60 ans de séries*, Paris, Éditions Vendémiaire, coll. « L'univers des séries », 2017, p.29.

policier, mais les années 1980 sont marquées par la répétition de formats (séries historiques et adaptations littéraires) qui ont fait leurs preuves.

L'apparition de nouvelles chaînes entraîne par ailleurs une course à l'audience traduite par la volonté de proposer des programmes extrêmement fédérateurs afin d'agréger le plus d'audience possible. Nous sommes ici dans une stratégie tout à fait différente des chaînes américaines à la même époque, dont l'objectif était de s'adresser à des publics beaucoup plus segmentés. Si cette dernière prise de position a amené un renouvellement de l'offre des séries américaines, la tendance inverse se remarque sur les séries des années 1980 en France. Claude Givray, ancien scénariste de François Truffaut et directeur de la fiction de TF1 de 1985 et 1999, joue un rôle prépondérant dans cette ligne éditoriale. Il confirme par ses choix une forme de prédilection pour des formes plus filmiques que télévisuelles, en préférant des collections de films de 90 minutes au détriment d'épisodes de 52 minutes. Le contenu de ces productions est aussi pensé pour obtenir une forme de consensus : les héros sont positifs et loin d'être corrosifs. La série *Navarro* (TF1, 1989-2007) avec son héros éponyme, un commissaire incorruptible, en est l'un des exemples. Le succès de ces collections va donner lieu à deux phénomènes : d'une part elles vont alimenter les grilles de la TV française jusque dans les années 1990-2000, et de l'autre, elles vont imposer leur rythme sur la plage horaire du *prime-time*<sup>42</sup>. Le début de soirée en France se voit alors structuré par des tranches de fiction d'une heure et demie alors que le 52 minutes devient le standard international, proposant par conséquent des épisodes plus rythmés.

Les années 1980 représentent par ailleurs une étape importante dans le statut des diffuseurs. En trois étapes successives, ces derniers vont devenir de simples diffuseurs et abandonner toutes les activités de productions qu'ils pouvaient avoir<sup>43</sup>. Tout d'abord en 1982, la création de la société France Média Internationale (FMI), impose aux diffuseurs de renoncer à la commercialisation de leurs œuvres en dehors de la France. Les unités de programmes des chaînes cèdent alors leurs droits commerciaux aux

---

<sup>42</sup> Première partie de soirée à la télévision, traditionnellement en France il se situe entre 20h30 et 22h30-23h. Mais aujourd'hui on constate que le prime-time débute de plus en plus tard, le 20h50 étant généralisé en 2018 sur les chaînes françaises.

<sup>43</sup> Monique Sauvage et Isabelle Veyrat-Masson, *Histoire de la télévision française*, op. cit., p.218-220.

producteurs partenaires. Ensuite, les producteurs deviennent détenteurs des droits d'exploitation suite à la loi de 1985 sur les droits d'auteur des œuvres audiovisuelles. Les sociétés de productions indépendantes vont par ailleurs se développer et croître en nombre, suite à la création du Compte de Soutien aux Industries de Programmes (COSIP). Il s'agit d'un fond qui finance directement les producteurs privés via une taxe sur la diffusion. Enfin, les décrets dits de Tasca du 17 janvier 1990 obligent les chaînes de télévision à diffuser 60% d'œuvres européennes dont 50 % d'œuvres d'expression françaises (ce dernier quota sera ramené à 40% en 1992).

Toutes ces mesures amènent les diffuseurs à abandonner progressivement leur activité de production et à se cantonner davantage à un rôle de financeur. Ce rôle se confirme par l'obligation que les chaînes ont à investir un pourcentage de leur chiffre d'affaires annuel dans le cinéma. Ces différentes contraintes et l'impossibilité de disposer des droits d'exploitation commerciale des séries TV, démotivent les diffuseurs d'investir dans des formats de séries innovants.

Par conséquent, la production des séries des années 1990 est marquée par la persistance de productions déjà éprouvées, telles que les collections de téléfilms et les sagas d'été. Dans les années 1990, l'écart qualitatif entre séries françaises et les séries américaines se creuse aux yeux du public français. Nous avons pu voir précédemment que dès les années 1970 le public devient plus varié mais aussi plus exigeant, amenant la production de contenus à l'image de celui-ci. Des séries sont représentatives de ce renouveau comme *Hill Street Blues* (première série policière chorale diffusée sur Canal + en 1984 et *La Cinq* en 1986) et se font remarquer par les critiques. La sériephylie prend peu à peu racine en France. Les séries plus pointues d'HBO font progressivement leur apparition sur les écrans français mais s'adressent à un public de niche en France, principalement en raison de diffusions plus tardives en soirée.

Le véritable raz-de-marée de séries américaines sur les écrans français déferle vers la fin des années 1990 et le début des années 2000. France 2 ouvre ainsi la marche en choisissant de diffuser en *prime-time* des séries issues des *networks* (ici CBS) telles que *FBI: Portés disparus* (diffusé de 2004 à 2010) et *Cold case* (diffusée de 2005 à 2012).

La diffusion de ces séries habitue progressivement le public à un format et des scénarios différents : des épisodes au rythme plus soutenu de 42 minutes portés par des personnages plus sombres. Le succès des séries américaines en termes d'audience est sans appel. En 2010, 69 des 100 meilleures audiences appartiennent à la fiction et 62 d'entre elles sont américaines<sup>44</sup>. L'un des exemples les plus frappants étant sans doute le record détenu par *The Mentalist*, qui comptabilise 10,1 millions de téléspectateurs la soirée du 3 novembre 2010, soit 37,3 % de l'audience<sup>45</sup>. Une étude du CSA met en lumière la crise de la fiction française par rapport à ses voisins européens. Les premières places du palmarès des meilleures audiences fictions sont américaines, et seules trois productions françaises intègrent le top 10<sup>46</sup>. En comparaison, les séries américaines n'atteignent que la 62ème place du classement au Royaume-Uni, la 10ème en Allemagne et la 17ème en Italie.

## 2) Légitimation et renouveau des séries TV en France

Les années 2000 marquent un nouveau tournant au sein du PAF (paysage audiovisuel français) par l'arrivée de la TNT<sup>47</sup> (Télévision Numérique Terrestre) en 2005. Avant la crise de la fiction TV française des années 2010, cette période voit apparaître des séries qui rencontrent un certain succès. On peut penser à l'adaptation québécoise *Un gars, une fille* (France 2, 1999-2003) mais aussi à un exemple de longévité rare, le soap feuilletonnant marseillais *Plus belle la vie* (France 3, à partir de 2004). Parmi les

---

<sup>44</sup> Nicolas Besson, Benoît Danard, Caroline Jeanneau, « *La diffusion de la fiction à la télévision en 2010* », *Cnc.fr*, [disponible en ligne : [https://www.cnc.fr/professionnels/etudes-et-rapports/etudes-prospectives/la-diffusion-de-la-fiction-a-la-television-en-2010\\_208579](https://www.cnc.fr/professionnels/etudes-et-rapports/etudes-prospectives/la-diffusion-de-la-fiction-a-la-television-en-2010_208579)], publié le 15/04/2011, consulté le 06/05/2018, p.48.

<sup>44</sup> *Idem*.

<sup>46</sup> CSA, « Les audiences de la fiction dans les grands pays européens en 2011 », *Csa.fr*, [disponible en ligne : <https://www.csa.fr/Informer/Collections-du-CSA/Thema-Toutes-les-etudes-realisees-ou-co-realisees-par-le-CSA-sur-des-themes-specifiques/Les-etudes-du-CSA/Les-audiences-de-la-fiction-dans-les-grands-pays-europeens-en-2011>], publié le 09/12/2010, Consulté le 06/05/2018, p.8.

<sup>47</sup> Il s'agit d'un mode de transmission de signaux télévisés qui fait suite à la diffusion hertzienne. La diffusion en haute définition et l'apparition de nouvelles fréquences font partie des avancées apportées par ce mode de transmission. Il permet ainsi l'apparition de nouvelles chaînes comme Direct 8, W9, TMC, NT1, NRJ12 et France 4 en 2005. La TNT se développe pour compter 31 chaînes en 2017.

clés du succès de ces séries quotidiennes se trouvent une écriture et des personnages travaillés pour le premier exemple et une industrialisation de l'écriture et de la production pour le second. Les années 2000 sont aussi celles où les créations de séries originales de Canal + voient le jour sous l'appellation de "Création Originale". Des séries exigeantes en écriture et en réalisation, aux sujets plus sombres, sont diffusées à l'écran. Nous pouvons citer par exemple *Engrenages* (2005), *Maison close* (2010-2013), *Les Revenants* (2012-2015) ou encore *Le Bureau des légendes* (depuis 2005). Ces séries adoptent le format de 52 minutes, et certaines d'elles, se font remarquer à l'international. Il s'agit notamment de la série *Un village français* (France 3, 2009-2017) ou encore *Dix pour cent* (France 2, diffusée à partir de 2015). Preuve de ce renouveau progressif, les séries françaises reconquièrent le palmarès des séries les plus regardées en France à partir de 2013.



Source : *Etude sur le tissu économique du secteur de la production audiovisuelle*, CSA, Janvier 2016<sup>48</sup>

Les diffuseurs et les producteurs français sont conscients de la nécessité d'innover en matière de série et d'adopter une approche plus ambitieuse, notamment en termes d'écriture. Pourtant, malgré la légitimation de l'objet série en France et de nombreux progrès, des problèmes structurels demeurent. L'une des difficultés majeures est

<sup>48</sup> Direction des études, des affaires économiques et de la prospective, « L'évolution de la production des séries américaines », *Csa.fr*, [disponible en ligne : <https://www.csa.fr/Informer/Collections-du-CSA/Thema-Toutes-les-etudes-realisees-ou-co-realisees-par-le-CSA-sur-des-themes-specifiques/Les-autres-etudes/L-evolution-de-la-production-des-series-americaines>], publié en octobre 2016, consulté le 21/07/2018, p.2.

l'industrialisation du processus de production<sup>49</sup>. Nous avons pu voir précédemment que le format de 52 minutes, aujourd'hui devenu une norme, s'est installé tardivement en France. D'une part certaines productions françaises peinent à se défaire de leurs 90 minutes, et de l'autre, le temps d'attente est très long entre les différentes des saisons d'une même série. Face à la concurrence internationale d'un rythme de production effréné et l'arrivée de Netflix en France en 2014, cette dernière difficulté est l'un des problèmes majeurs rencontré par la création de séries TV française. Nous observons par ailleurs que la place des scénaristes, et donc l'écriture, se trouvent au cœur de cet enjeu d'industrialisation de la production.

### **3) Scénariste, un métier sous les feux des projecteurs qui reste précaire en France**

Dans cette partie de notre analyse, nous nous attacherons à décrire l'évolution et le statut du scénariste en France. En effet, si de nombreux acteurs du marché audiovisuel et des pouvoirs publics sont conscients de l'importance de la phase de recherche et d'écriture, en France cette partie du processus de création peine encore à être suffisamment valorisée. Nous nous proposons ici de revenir sur ces enjeux et comprendre ce qui a pu empêcher cette valorisation de l'écriture télévisuelle. Cette partie vise également à démontrer que la situation du scénariste a une incidence sur l'écriture des séries TV. Par scénariste nous entendons ici « l'auteur du scénario, ou du script, d'un épisode de série ou de feuilleton<sup>50</sup>. »

En 2011, Frédéric Mitterrand, ministre de la Culture et de la Communication de l'époque, alerte Pierre Chevalier qui était directeur des projets de la chaîne de TV Arte :

La fiction télévisée française est confrontée depuis quelques années à une période de profonde mutation dont elle éprouve des difficultés à s'extraire. Cette situation m'a conduit récemment à confier au Club Galilée [un «think tank» médiatique NDLR] une réflexion sur la crise et la relance dans la fiction télévisée française. Cette étude [...] a principalement mis l'accent sur l'importance

---

<sup>49</sup> Pierre Ziernak, *Exception française, de Vidocq au Bureau des légendes 60 ans de séries*, Paris, Éditions Vendémiaire, coll. « L'univers des séries », 2017, p.63-72.

<sup>50</sup> Nils.C Ahl et Benjamin Fau, *Dictionnaire des séries télévisées*, Philippe Rey, 2016, p.1053.

de la phase d'écriture et de développement. [...] Il me paraît donc indispensable de mener une expertise plus approfondie sur cette question.<sup>51</sup>

En mars 2011, paraît alors le rapport Chevalier<sup>52</sup>, élaboré par Pierre Chevalier, la productrice Sylvie Pialat et le scénariste Franck Philippon. « [...] La France conserve encore une culture pour ne pas dire un culte du réalisateur et des acteurs, héritée du cinéma. Or, le réalisateur n'a pas la même place au cinéma et à la télévision<sup>53</sup> » dénonce ce rapport. Le rôle du réalisateur à la TV est par ailleurs différent. Selon les épisodes, différents réalisateurs peuvent être amenés à travailler sur une même série. Cela est dû au fait que la réalisation intervienne bien après l'écriture<sup>54</sup> en matière de séries TV, mais aussi à un rythme de production plus industriel<sup>55</sup> pour les épisodes de celles-ci.

La conclusion du rapport Chevalier insiste sur la place essentielle du développement et de l'écriture : « Il est temps de replacer le scénariste au cœur de la fiction et le point de vue créatif au centre de la fabrication. Il est temps de mettre le développement au centre même de notre système de production<sup>56</sup> ».

Une certaine valorisation traditionnelle du cinéma par rapport à la série télévisée en France semble être l'une des explications aux limites du développement et de l'écriture. Nous soulevons en effet dans l'introduction de ce travail de recherche que les séries télévisées étaient aujourd'hui comparées au cinéma. Si cette comparaison souligne la légitimation de cette forme audiovisuelle en tant qu'œuvre aujourd'hui,

---

<sup>51</sup> Pierre Langlais, « Réalisateur, scénariste: chacun sa place », *Slate.fr*, [disponible en ligne : <http://www.slate.fr/story/38579/series-television-place-realisateur-scenaristes>], publié le 24/05/2011, consulté le 02/03/2018.

<sup>52</sup> Pierre Chevalier, Sylvie Pialat, Franck Philippon, « Fiction française, défi de l'écriture et du développement - Rapport de la mission Chevalier », *Km-studio.net*, [disponible en ligne : [http://www.km-studio.net/clienti/100autori.it/usr\\_files/documenti/pdf\\_899865.pdf](http://www.km-studio.net/clienti/100autori.it/usr_files/documenti/pdf_899865.pdf)], publié en mars 2011, consulté le 04/07/2018.

<sup>53</sup> *Idem* p.17.

<sup>54</sup> René Predal, « L'idée et l'image, la politique des auteurs » in René Predal (dir.), *Les scénaristes de télévision*, Condé-sur-Noireau, Corlet-Télérama, coll. « CinémAction TV2 », 1992, p.12-p.26.

<sup>55</sup> « Comme il faut tourner un épisode tous les 8 jours, parfois ils tournent 2 épisodes en même temps. Donc impossible d'avoir un réalisateur pour toute la série. C'est comme ça qu'est né le système d'un réalisateur par épisode, voire plusieurs réalisateurs sur la série pour aller plus vite. Et un showrunner qui supervise la totalité. Ce système est né d'une nécessité industrielle, qui a été reine pendant des années. » cf. Annexe 2 - Interview Cyril Tysz, directeur de collection pour *Skam France*.

<sup>56</sup> Pierre Chevalier, Sylvie Pialat, Franck Philippon, *op. cit.*, p. 62.

l'utilisation même de la comparaison dénote cependant d'une hiérarchie entretenue entre la fiction TV et cinéma. Nous avons pu voir dans nos analyses précédentes que l'Etat français a joué dans l'établissement de liens d'interdépendance et de compétition entre ces deux secteurs. Les origines de la création de Canal + en 1984 sont également particulièrement parlantes. Cette première chaîne payante doit son existence même à l'investissement d'une partie de son chiffre d'affaire annuel dans le cinéma<sup>57</sup>.

Pourtant aujourd'hui, les séries jouissent d'une légitimation récente qui les élève au rang d'œuvres. Les ouvrages et les contenus traitant des séries sont pléthores, allant même jusqu'à utiliser cet objet comme matière pour philosopher. Des conférences s'organisent, parfois par des institutions aussi élitistes que l'Ecole Normale Supérieure d'Ulm<sup>58</sup>. Si le Festival de la Fiction de la Rochelle existe déjà depuis 1999, ces dernières années voient l'avènement de divers événements organisés autour de la série TV. On peut ainsi citer la création de Séries Mania en 2010 et de Séries Séries en 2012. Séries Mania est davantage axée grand public que Séries Séries, mais nous notons que les deux événements s'organisent aussi comme des plateformes de rencontre pour les professionnels du métier sur le marché européen. Un Forum de co-production européen<sup>59</sup> des séries TV prend place à Séries Mania tandis que Séries Séries se destine avant tout aux professionnels du secteur avec des ateliers, des projections et des master classes<sup>60</sup>.

Si différents acteurs se saisissent ainsi du phénomène populaire de la série et que les professionnels du secteur s'adaptent aux évolutions du marché, des institutions d'enseignement de l'audiovisuel suivent également le mouvement. Le Conservatoire Européen d'Ecriture de l'audiovisuel (CEEA) existe depuis 1996 mais la prestigieuse école de cinéma La Fémis, n'ouvre qu'en 2013 une formation post-diplôme dédiée aux séries télévisées. Les mots de Marc Nicolas, directeur général de l'école à l'époque soulignent ce processus de légitimation récent : « Aujourd'hui [...] les séries télé sont

---

<sup>57</sup> Pierre Ziemnak, *Exception française, de Vidocq au Bureau des légendes 60 ans de séries*, Paris, Éditions Vendémiaire, coll. « L'univers des séries », 2017, p.36-49.

<sup>58</sup> Nathalie Maroun, « Philosopher avec les séries télévisées », *Fabula.org*, [disponible en ligne : [https://www.fabula.org/actualites/philosopher-avec-les-series-televisees\\_45411.php](https://www.fabula.org/actualites/philosopher-avec-les-series-televisees_45411.php)], publié le 20/06/2011, consulté le 15/07/2018.

<sup>59</sup>Seriesmania.com [en ligne]. Consultée le 21/07/2018. <URL: <https://seriesmania.com/fr/professionnels/copro-pitching-sessions/>>.

<sup>60</sup> Seriesseries.com [en ligne]. Consultée le 21/07/2018. <URL : <http://www.serieseries.fr/> >.

devenues un genre qui produit des œuvres<sup>61</sup> ». La suite de l'interview de *Libération* dans laquelle il s'exprime, rappelle aussi les liens d'interdépendances entre ces deux disciplines puisque les mêmes scénaristes peuvent travailler pour le cinéma et la TV<sup>62</sup>.

Malgré cette revalorisation de l'objet série, les problématiques liées à l'écriture énoncées par le rapport Chevalier en 2011 semblent être toujours d'actualité pour les scénaristes. Dans un entretien que nous avons pu conduire, Cyril Tysz, directeur de collection pour la série *Skam France*, alerte sur la précarisation des scénaristes. En effet, ce métier serait beaucoup moins bien rémunéré qu'avant. Au cœur du problème se trouve un modèle économique où la phase de développement-écriture ne correspond qu'à un très faible pourcentage du budget de production en France et des délais de versement des indemnités inadaptés. La rémunération des scénaristes français ne représente en moyenne que 3% budget sur un épisode de 52 minutes<sup>63</sup> - alors même que les frais généraux<sup>64</sup> peuvent atteindre les 10%. En comparaison, la rémunération des scénaristes représente 10% du budget des séries aux Etats-Unis.

A ces observations s'ajoute le constat inquiétant de la SACD dans un rapport datant de 2016<sup>65</sup> au sujet de la rémunération des auteurs. Ces sources rappellent que le scénariste peut être rémunéré de deux manières, à travers une base fixe et une base proportionnelle<sup>66</sup>. Parmi ces sources de revenu, nous pouvons notamment citer le "minimum garanti". Celui-ci assure un premier montant versé pendant la phase d'écriture mais aussi une rémunération proportionnelle a posteriori. Le minimum garanti peut être décrit comme « une avance sur la rémunération proportionnelle c'est-à-dire une avance

---

<sup>61</sup> Raphaël Garrigos et Isabelle Roberts, « La Fémis : "Les séries, un genre qui produit des œuvres" », *Libération.fr*, [disponible en ligne : [http://www.liberation.fr/ecrans/2013/03/22/la-femis-les-series-un-genre-qui-produit-des-oeuvres\\_959898](http://www.liberation.fr/ecrans/2013/03/22/la-femis-les-series-un-genre-qui-produit-des-oeuvres_959898)] , publié le 22/03/2013, consulté le 15/07/2018.

<sup>62</sup> Idem.

<sup>63</sup> Pierre Ziemnak, *Exception française, de Vidocq au Bureau des légendes 60 ans de séries*, Paris, Éditions Vendémiaire, coll. « L'univers des séries », 2017, p.100.

<sup>64</sup> Les frais généraux correspondent à tous les coûts de fabrication autres que les matériaux directs et la main d'œuvre.

<sup>65</sup> SACD, « OPCA fiction 2016 - Les auteurs bénéficient-ils du succès de la fiction française ? », *Sacd.fr*, [disponible en ligne : [https://www.sacd.fr/sites/default/files/opca\\_2016\\_synthese.pdf](https://www.sacd.fr/sites/default/files/opca_2016_synthese.pdf)], publié le 12/09/2016, consulté le 21/07/2018.

<sup>66</sup> Idem, p.23.

sur les pourcentages provenant de l'exploitation de l'œuvre.<sup>67</sup> » La rémunération proportionnelle qui suit cette première avance est versée en fonction des recettes de l'exploitation de la série. Cependant, la partie proportionnelle du minimum garanti ne peut être versée par les producteurs qu'une fois que son montant est compensé par les recettes de l'exploitation<sup>68</sup>. Or, les recettes des ventes de séries françaises sont loin d'atteindre les montants nécessaires. Selon L'Observatoire Permanent des Contrats de l'Audiovisuel (OPCA) pour pouvoir compenser le minimum garanti, les recettes brutes à obtenir représentent 35 fois le chiffre d'affaire de la fiction à l'international<sup>69</sup>. Par ailleurs, depuis 2012, la rémunération des auteurs doit également comprendre un minimum 30% de prime d'inédit. Cependant cette prime ne figure tout simplement pas dans 25% des contrats signés, et lorsque le contrat la stipule, dans la majorité des cas seul le seuil minimum des 30% est demandé. Finalement les rémunérations proportionnelles s'avèrent difficiles voire extrêmement compliquées à toucher dans le cas du minimum garanti.

Outre la question de rémunération des auteurs de séries TV qui reste problématique, différentes lois encadrant leur statut posent également problème et renforcent leur précarité. Il s'agit parfois de lois en vigueur qui ne semblent pas encore adaptées aux évolutions du marché : les rémunérations pour une production uniquement diffusée sur le web tendent à être très faibles selon Cyril Tysz<sup>70</sup>.

Mais il peut également s'agir de réformes qui suscitent l'inquiétude parmi les auteurs et leurs organismes défenseurs comme La Guilde des Scénaristes, la SCAM ou la SACD<sup>71</sup>. Ces différents acteurs s'alarment de la réforme du régime social et fiscal des

---

<sup>67</sup> Guergana Verkova, « Les étapes d'écriture : un véritable contrat de commande dans le contrat de cession de droit d'auteur », *Village-justice.com*, [disponible en ligne : <https://www.village-justice.com/articles/etapes-ecriture-veritable-contrat,5079.html>], publié 06/03/2009, consulté le 21/07/2018.

<sup>68</sup> Pierre Ziennak, *Exception française, de Vidocq au Bureau des légendes 60 ans de séries*, *op. cit.*, p.100-101.

<sup>69</sup> SACD, « OPCA fiction 2016 - Les auteurs bénéficient-ils du succès de la fiction française ? », *Sacd.fr*, [disponible en ligne : [https://www.sacd.fr/sites/default/files/opca\\_2016\\_synthese.pdf](https://www.sacd.fr/sites/default/files/opca_2016_synthese.pdf)], publié le 12/09/2016, consulté le 21/07/2018, p.14.

<sup>70</sup> Cf. Annexe 1.

<sup>71</sup> Réforme du régime social des auteurs : l'urgence de la concertation [en ligne]. Consultée le 21/07/2018. <URL: <https://www.sacd.fr/reforme-du-regime-social-des-auteurs-lurgence-de-la-concertation-0>>.

auteurs dont les contours ont été découverts le 21 juin 2018. Les auteurs ont alors dénoncé une réforme décidée sans concertation par le gouvernement, aggravant la paupérisation de la profession<sup>72</sup>.

Cette situation financière fragile des scénaristes a une influence directe sur leur écriture. Dans ces conditions, il devient compliqué pour un scénariste de se consacrer à un seul projet. Un rapport de la SACD en 2012<sup>73</sup> note que la segmentation des différents rendus d'écriture (séquenceur, continuité dialoguée) conduit à un éparpillement des recettes du scénariste et les oblige à multiplier les travaux. Cette difficulté subsiste alors même que 2012 est une année où la fiction française est considérée sortie de crise. Fin 2016, les propos<sup>74</sup> d'Olivier Dujols, directeur artistique et auteur référent sur les saisons 2,3 et 4 de *Falco* le confirment :

[...] Pour gagner suffisamment, [le scénariste français] doit passer une majeure partie de son temps à chercher du travail, et donc à ne pas écrire des scénarios de série. Ensuite, il doit écrire en même temps sur plusieurs séries qui n'ont rien à voir les unes avec les autres. Au lieu d'approfondir une dramaturgie, il s'éparpille. De plus il n'aborde aucune autre étape que l'écriture. Il est donc mal formé à l'écriture et pas formé aux étapes suivantes qui, pourtant, sont indispensables pour améliorer l'écriture.

Notre entretien avec Cyril Tysz<sup>75</sup> appuie ces propos et nous permet également d'affirmer que cette situation impacte la capacité à produire des épisodes de manière industrielle. Le directeur de collection de *Skam* a pu décrire son expérience sur le tournage et dans la *writers' room* dans des sitcoms américaines à Los Angeles. La description de l'organisation de l'écriture apparaît comme y étant extrêmement millimétrée. Cette organisation devient alors révélatrice d'un système conçu pour faire face à l'exigence d'une production d'épisodes à un rythme soutenu et industriel. Pour

---

<sup>72</sup> Sabine Audrerie, « Réformes sociales et fiscales, les auteurs inquiets et en colère », [disponible en ligne : <https://www.la-croix.com/Culture/Reformes-sociales-fiscales-auteurs-inquiets-colere-2018-06-21-1200949162>], publié le 21/06/2018, consulté le 21/07/2018.

<sup>73</sup> SACD, «La fiction TV à l'ère industrielle : Quel avenir pour les scénaristes ? », [disponible en ligne : [https://www.sacd.fr/sites/default/files/opca\\_2012\\_dossier\\_presse.pdf](https://www.sacd.fr/sites/default/files/opca_2012_dossier_presse.pdf)], publié le 11/09/2012, consulté le 21/07/2018.

<sup>74</sup> Pierre Ziemiak *Exception française, de Vidocq au Bureau des légendes 60 ans de séries*, op. cit., p.102.

<sup>75</sup> « [...] Mais dans ce système on dirait que c'est un peu antinomique, on peut pas être créatif, et gagner sa vie. On est obligé de travailler sur plusieurs projets à la fois, de multiplier les projets pour avoir un salaire.[...]” cf. Annexe 2.

faciliter le premier travail de défrichage du scénario de *Skam France*, Cyril Tysz explique la mise en place d'ateliers d'écriture par groupe au sein de son équipe. Mais il concède que ses collègues ont accepté de se prêter à un exercice qu'ils auraient pu refuser. Le statut de salarié<sup>76</sup> des scénaristes américains, rend ce type de présence en atelier plus aisée que le scénariste français, payé en droits d'auteur et confronté aux difficultés énoncées plus haut.

Nous pouvons alors affirmer que le statut et la rémunération du scénariste influence directement les conditions d'écriture de scénario. La question de l'écriture en atelier est par ailleurs un enjeu soulevé par les analyses du scénariste Pierre Ziemnak et par le rapport de la SACD en 2012<sup>77</sup>. Des séries plus anciennes comme le feuilleton *Plus Belle La Vie* ou plus récentes comme *Dix pour cent* usent déjà de ce type de méthodologie de travail. Il semblerait cependant que l'atelier d'écriture soit une méthode préconisée pas encore assez répandue, notamment dans un contexte de délais de diffusion resserrée dans le temps.

Les comparaisons des méthodes de travail entre les Etats-Unis et la France ne se limitent pas aux ateliers d'écriture. Cyril Tysz ou Pierre Ziemnak regrettent que le scénariste n'ait pas le même prestige en France tout en invitant à la précaution concernant le mythe du *showrunner*. Ce terme désigne le scénariste qui donne à une série sa cohérence artistique globale, chapeautant les ateliers d'écriture tout en gérant les aspects financiers et techniques de la production.

Certains de ces scénaristes-stars américains naviguent sans difficulté entre cinéma et télévision comme Aaron Sorkin<sup>78</sup> et J.J.Abrams<sup>79</sup>. D'autres doivent leur renommée grâce aux séries dont ils sont les créateurs et auxquelles ils sont directement associés : c'est le cas de David Chase pour les *Soprano* (HBO, 1999-2007) et David

---

<sup>76</sup> Idem.

<sup>77</sup> SACD, «La fiction TV à l'ère industrielle : Quel avenir pour les scénaristes ? », [disponible en ligne : [https://www.sacd.fr/sites/default/files/opca\\_2012\\_dossier\\_presse.pdf](https://www.sacd.fr/sites/default/files/opca_2012_dossier_presse.pdf)], publié le 11/09/2012, consulté le 21/07/2018, p.11.

<sup>78</sup> Créateur des séries *A la Maison-Blanche* (NBC, 1999-2006) et *The Newsroom* (HBO, 2012-2014) et scénariste pour les films *The Social Network* (2010), *Le Stratège* (2011) et *Steve Jobs* (2016).

<sup>79</sup> Créateur de la série *Alias* (ABC, 2001-2006) et co-créateur de *Lost* (ABC, 2004-2010), il est également le réalisateur du septième opus des films *Star Wars* en 2015.

Simon pour *Sur écoute* (HBO, 2002-2008). Si certains de ces auteurs sont aussi réalisateurs, ils sont avant tout reconnus pour leur talent de scénariste, ce qui est révélateur de la reconnaissance de la profession aux Etats-Unis<sup>80</sup>.

Les systèmes et marchés américains et français sont différents, et par conséquent il ne serait pas pertinent de proposer une transposition exacte du modèle des premiers sur le secteur audiovisuel en France. L'étude comparée des deux a permis cependant ici de mettre en avant des caractéristiques qu'il est essentiel de faire fructifier en France : la place du scénariste et son rôle dans le processus de production. Le développement de compétences liées à la production par les scénaristes français est également primordial pour le scénariste et producteur Pierre Ziemnak<sup>81</sup>. Le développement de celles-ci est pour lui un enjeu stratégique pour l'adaptation des séries françaises aux nouvelles exigences du marché audiovisuel. La scénariste Marie Guilmineau vient appuyer cette thèse. Pour elle, il est important que le *showrunner* compile ces différents savoir-faire « [...] puisque les choix artistiques dépendent de l'argent : avec la même enveloppe, on peut faire des choses complètement différentes. »<sup>82</sup>

Ces compétences semblent essentielles dans un contexte où le coût des épisodes des séries est en inflation. La situation du scénariste en France paraît d'ailleurs d'autant plus paradoxale que la demande en contenus originaux est extrêmement forte, notamment de la part des acteurs de la vidéo en streaming. Pour Netflix mais aussi ses concurrents comme les GAFAs et les diffuseurs traditionnels, la production de contenu est le nerf de la guerre.

---

<sup>80</sup> Pierre Ziemnak, *Exception française, de Vidocq au Bureau des légendes 60 ans de séries*, op. cit. p.104.

<sup>81</sup> Idem, p.111-114.

<sup>82</sup> Idem, p.113.

### C) Face à Netflix, la production de série comme atout stratégique pour les GAFAs et les diffuseurs traditionnels

Face à l'ascension de Netflix, les géants de la technologie américaine répondant à l'appellation de GAFAs (Google, Amazon, Facebook, Apple) s'organisent et se tournent vers le même type de service. En 2015, Google lance ainsi YouTube Red, un service par abonnement proposant un catalogue de fictions scriptées produites par l'entreprise<sup>83</sup>. Amazon n'est pas en reste et affirme clairement l'aspect stratégique essentiel de la création de série : « Il faut des grandes séries pour faire la différence. »<sup>84</sup> Cette différence semble aussi découler de la conversation en ligne que peut générer les contenus les plus populaires : « Si vous avez une série qui fait partie du top 5 ou du top 10 sur le marché, elle a plus de valeur car elle génère des conversations et de l'abonnement. »<sup>85</sup> La production de contenu est donc ici pensée aussi en termes de retombées sur les réseaux sociaux.

Ces derniers se lancent également dans la diffusion vidéo voire la production de contenu. Facebook compte investir dans des émissions et séries originales. La consommation rapide des contenus et le flux continu propres à Facebook amènent l'entreprise à envisager des formats n'excédant pas les 30 minutes. Le format sériel et le découpage en épisodes deviennent dans ce cadre un format stratégique revendiqué pour créer une habitude de consommation chez les utilisateurs. Cette plateforme nommée Facebook Watch sera lancée le 21 septembre 2018 et prévoit à terme de s'engager sur le terrain des droits sportifs pour ses diffusions.<sup>86</sup>

L'ambition de la plateforme est de proposer un usage participatif à sa plateforme et de générer du conversationnel. Le vice-président du produit à Facebook, Fidji Simo, va jusqu'à citer la série *Skam* comme exemple : « Nous ciblons vraiment des shows qui

---

<sup>83</sup> Erwan Cario et Jérôme Lefilliatre, « Les géants du Net font des vidéos », *Libération.fr*, [disponible en ligne : [http://www.liberation.fr/futurs/2017/09/28/les-geants-du-net-font-des-vidéos\\_1599633](http://www.liberation.fr/futurs/2017/09/28/les-geants-du-net-font-des-vidéos_1599633)], publié le 28/09/2017, consulté le 02/08/2018.

<sup>84</sup> Idem.

<sup>85</sup> Idem.

<sup>86</sup> Florian Guadalupe, « Watch : Facebook lance sa plateforme de vidéos le 21 septembre en France », *Ozap.com*, [disponible en ligne : <http://www.ozap.com/actu/watch-facebook-lance-sa-plateforme-de-vidéos-le-21-septembre-en-france/565688>], publié le 29/08/2018, consulté le 29/08/2018.

déclenchent la conversation. Donc plutôt ce que vous avez vu avec *Skam* [...]»<sup>87</sup> » Facebook Watch sera donc ouvert à différents créateurs de contenus et proposera de partager les revenus publicitaires avec ces derniers.<sup>88</sup> L'annonce de la création de cette fonctionnalité intervient après les dernières mises à jour de l'autre réseau social détenu par Facebook : Instagram. En effet, depuis juin 2018, cette plateforme propose IGTV, une fonctionnalité qui permet désormais de proposer des vidéos allant de 10 minutes à 1 heure selon le nombre d'abonnés<sup>89</sup>.

Le recrutement de talents fortement demandés fait partie des dépenses qui font croître les budgets. En août 2017 la célèbre productrice-scénariste Shonda Rhimes et sa maison de production, Shondaland, arrivent sur Netflix alors même qu'elle ne travaillait auparavant qu'exclusivement pour ABC. La plateforme poursuit sa stratégie de démarchage en faisant appel à d'autres grands noms de monde de la série comme Matt Groening, le créateur des *Simpsons* ou des noms du cinéma tels que les frères Coen<sup>90</sup>. Dans cette stratégie où le but est d'agréger le plus de communautés de fans possible, Amazon Prime Video et Apple TV adoptent une stratégie similaire. La première plateforme compte sur Robert Kirkman, le créateur de *The Walking Dead* et la seconde sur Damien Chazelle, le réalisateur du film oscarisé *La La Land*.

L'achat de franchises devient également l'une des stratégies auxquelles ces acteurs ont recours, puisque Amazon investit 250 millions de dollars pour le rachat des droits du *Seigneur des anneaux*<sup>91</sup>. Disney mise aussi sur les licences avec par exemple

---

<sup>87</sup> Morad Koufane, « Television Critics Association 2018 Summer Press Tour », *Newsletter de la direction des études et du marketing interne*, [en ligne]. Communication personnelle le 10/08/2018.

<sup>88</sup> Erwan Cario et Jérôme Lefilliatre, « Les géants du Net font des vidéos », *Libération.fr*, [disponible en ligne : <http://www.liberation.fr/futurs/2017/09/28/les-geants-du-net-font-des-vidéos> 1599633], publié le 28/09/2017, consulté le 02/08/2018.

<sup>89</sup> AFP, « Instagram lance IGTV, une plateforme de vidéos longues pour concurrencer YouTube », *Libération.fr*, [disponible en ligne : <http://www.liberation.fr/planete/2018/06/21/instagram-lance-igtv-une-plateforme-de-vidéos-longues-pour-concurrencer-youtube> 1660812], publié le 21/06/2018, consulté le 30/06/2018.

<sup>90</sup> « Le mercato des talents », *Courrier International*, n°1424 du 15 au 21 février 2018, p.43-44.

<sup>91</sup> Philippe Guedj, « Avec Le Seigneur des anneaux, Amazon peut renverser Netflix », *Lepoint.fr*, [disponible en ligne : [http://www.lepoint.fr/pop-culture/series/avec-le-seigneur-des-anneaux-amazon-peut-renverser-netflix-27-11-2017-2175367\\_2957.php](http://www.lepoint.fr/pop-culture/series/avec-le-seigneur-des-anneaux-amazon-peut-renverser-netflix-27-11-2017-2175367_2957.php)], publié le 28/11/2017, consulté le 02/08/2018.

*Star Wars*. Le rachat de cette franchise par Disney est motivé par ailleurs par le lancement de sa future plateforme de streaming, prévue pour 2019<sup>92</sup>.

Dans ce contexte, il apparaît que la mise en place de plateforme de streaming vidéo devient un atout stratégique majeur. Il s'agit d'abord de s'adapter aux nouveaux usages pour capter une audience de moins en moins consommatrice d'une diffusion linéaire. Mais le regroupement en plateforme est aussi une stratégie pour les diffuseurs traditionnels afin d'avoir plus de poids face aux nouveaux géants du streaming.

En Angleterre, Netflix est plus regardé par les 18-24 ans que la BBC<sup>93</sup>. Par conséquent, la BBC est en discussion avec les acteurs privés Channel 4 et ITV pour mettre en place un service de streaming commun<sup>94</sup>. En France en juin dernier, France Télévisions, M6 et TF1 annoncent la création d'une plateforme de streaming commune, prénommée Salto<sup>95</sup>. France Télévisions n'en est par ailleurs pas à sa première stratégie de regroupement puisque le groupe va s'associer avec la ZDF allemande et la RAI italienne pour produire des séries<sup>96</sup>. Cette association nommée Alliance espère ainsi pouvoir disposer de moyens financiers plus importants pour produire ses séries.

Si cette Alliance débouche sur l'émergence d'une plateforme de vidéo à la demande commune, les différents partenaires pourraient conserver les droits de ces productions. En effet, la conservation des droits fait également partie des éléments stratégiques à prendre en compte aujourd'hui pour les diffuseurs. La création de séries par des sociétés de productions privées ne permet pas de disposer des droits

---

<sup>92</sup> Gary Dagorn, « Disney devient le plus puissant studio de cinéma à Hollywood », *Lemonde.fr*, [disponible en ligne : [https://www.lemonde.fr/les-decodeurs/article/2017/12/16/disney-devient-le-plus-puissant-studio-de-cinema-a-hollywood\\_5230680\\_4355770.html](https://www.lemonde.fr/les-decodeurs/article/2017/12/16/disney-devient-le-plus-puissant-studio-de-cinema-a-hollywood_5230680_4355770.html)], publié le 16/12/2017, consulté le 02/08/2018.

<sup>93</sup> Morad Koufane, « Tous unis contre Netflix », *Newsletter de la direction des études et du marketing interne*. [en ligne]. Communication personnelle le 31/05/2018.

<sup>94</sup> Mark Sweney, « BBC, ITV and Channel 4 in talks to create UK streaming service », *Theguardian.com*, [disponible en ligne : <https://www.theguardian.com/film/2018/may/07/bbc-itv-and-channel-4-in-talks-to-create-uk-streaming-service-combat-netflix-amazon>], publié le 07/05/2018.

<sup>95</sup> Charles Decant, « Salto : Face à Netflix, TF1, France Télé et M6 s'unissent pour un nouveau service de streaming », *Ozap.com*, [disponible en ligne : <http://www.ozap.com/actu/salto-face-a-netflix-tf1-france-tele-et-m6-s-unissent-pour-un-nouveau-service-de-streaming/561168>], publié le 15/06/2018, consulté le 16/06/2018.

<sup>96</sup> Alexandre Piquard, « L'alliance » européenne publique pour contrer Netflix », *Lemonde.fr*, [disponible en ligne : [https://abonnes.lemonde.fr/economie/article/2018/05/03/l-alliance-europeenne-publique-pour-contrer-netflix\\_5293785\\_3234.html](https://abonnes.lemonde.fr/economie/article/2018/05/03/l-alliance-europeenne-publique-pour-contrer-netflix_5293785_3234.html)], publié le 03.05.2018, consulté le 03.05.2018.

d'exploitation par la suite. Des séries en partie financées par les diffuseurs peuvent de cette manière se retrouver sur des plateformes telles que Netflix ou Amazon. Notre travail de recherche a pu mettre en avant précédemment la séparation historique entre diffuseurs et producteurs indépendants en France. Aujourd'hui, pour ces raisons, les diffuseurs français cherchent à développer leur production interne. Après le rachat par TF1 de Newen<sup>97</sup>, la société produisant *Plus Belle La Vie*, il n'est donc pas anodin que France Télévisions ait choisi de produire en interne un autre feuilleton quotidien. Le nouveau feuilleton du groupe, *Un Si Grand Soleil* a donc été produit par FranceTV Studio (anciennement MFP) et lancé sur France 2 fin août 2018.

En termes de regroupement, les pays nordiques adoptent aussi la même démarche avec Nordic 12. La Norvège, la Suède, le Danemark, la Finlande et l'Islande allient leurs forces et leurs budgets sous ce sigle afin de capitaliser sur leur savoir-faire en série. L'objectif est aussi de réussir à se différencier en proposant des histoires proches des réalités locales. Gjermund Eriksen, président de la NRK dont la série *Skam* a rencontré un franc succès dans la région, s'exprime en ces termes : « En Norvège, nous n'aimons rien tant que les séries norvégiennes, si ce n'est celles qui sont produites par nos voisins. »<sup>98</sup>

Ce dernier exemple souligne que les visions éditoriales en matière de série sont directement liées aux nouveaux défis présentés par le marché des séries télévisés. Notre première hypothèse se trouve donc validée.

Le contenu est au centre des enjeux pour se différencier au sein d'une concurrence globalisée, exacerbée par les plateformes de streaming. La priorité donnée au contenu et au rassemblement des moyens pour le produire est telle qu'il semblerait que les diffuseurs voient leur identité de marque s'effacer derrière les regroupements. De cette manière, la BBC s'allie à des acteurs privés et France Télévisions souhaite

---

<sup>97</sup> CHALLENGES, « TF1 acquiert la totalité de Newen Studios », Challenges.fr [disponible en ligne : [https://www.challenges.fr/media/audiovisuel/tf1-acquiert-la-totalite-de-newen-studios\\_578803](https://www.challenges.fr/media/audiovisuel/tf1-acquiert-la-totalite-de-newen-studios_578803)], publié le 05/04/2018, consulté le 10/08/2018.

<sup>98</sup> Anne-Françoise Hivert, « Face à Netflix, l'audiovisuel public nordique fait front », *Lemonde.fr*, [disponible en ligne : [https://abonnes.lemonde.fr/economie/article/2018/04/28/face-a-netflix-l-audiovisuel-public-nordique-fait-front\\_5291944\\_3234.html](https://abonnes.lemonde.fr/economie/article/2018/04/28/face-a-netflix-l-audiovisuel-public-nordique-fait-front_5291944_3234.html)], publié le 28/04/2018, consulté le 15/08/2018.

participer à l'émergence d'histoires européennes avec l'Alliance. Une évolution qui semble se réclamer des propos de Cindy Holland, la vice-présidente de la programmation de créations originales de Netflix ; « Nous n'avons pas d'identité de marque. [...] Notre travail consiste à fournir suffisamment de variété pour que nos 130 millions d'abonnés trouvent le contenu qu'ils aiment et nous reviennent chaque mois. »<sup>99</sup>

Si les identités de marque des diffuseurs s'effacent derrière les contenus et les regroupements, proposer des histoires représentatives des réalités locales semble essentiel. C'est pourquoi nous étudierons le défi de l'adaptation avec *Skam France* et l'utilisation de certaines tendances par *Stranger Things*. Héritières des évolutions du marché audiovisuel en France et aux Etats-Unis, ces deux séries tentent de proposer à leur manière des récits auxquels les spectateurs peuvent s'identifier.

Nous nous proposons alors d'analyser les rouages narratifs et communicationnels qui mettent cette identification en œuvre et interrogent la définition de la sérialité.

---

<sup>99</sup> Morad Koufane, « Television Critics Association 2018 Summer Press Tour », *Newsletter de la direction des études et du marketing interne*. [en ligne]. Communication personnelle le 10/08/2018.

## II) La construction narrative protéiforme des séries *SKAM France* et *Stranger Things*

Nous avons pu constater dans notre première partie que les particularités et les évolutions des industries audiovisuelles avaient une incidence sur les récits de série télévisée. Dans cette seconde partie, nous nous proposons d'étudier si ces liens d'interdépendance amènent de nouvelles formes de narrations. La comparaison avec le cinéma, les récentes évolutions du marché et la montée en gamme des séries posent en effet la question d'une évolution de sa forme narrative. Nous nous saisissons ici de deux séries récentes<sup>100</sup> pour notre seconde hypothèse. Celle-ci affirme que certaines structures et techniques du récit sont pérennes à travers les évolutions des séries TV. Nous nous attacherons à préciser lesquelles en soumettant cette hypothèse à l'étude comparée de *Stranger Things* et *Skam France*.

### A) *SKAM France* et *Stranger Things*, héritières des étapes historiques de la création de séries TV

#### 1) Genres et recombinaison

Nous nous proposons d'étudier dans un premier temps si des genres préexistants sont actualisés dans les scénarios de notre corpus. Nous avons pu constater dans les étapes historiques de notre première partie que le développement des séries TV a pu amener l'apparition de nouveaux genres. A l'heure de la *Peak TV*, un même renouvellement serait plausible pour les séries afin de pouvoir se distinguer.

Il semblerait tout d'abord que les débuts d'intrigue de *Stranger Things* et *Skam France* reprennent les codes du *teen-movie*, définissables par une « focalisation sur une classe d'âge spécifique, l'adolescence<sup>101</sup> ». On constate l'existence de situations dramatiques déjà vues dans des *teen-movie* des années 1980 tels que *The Breakfast Club* (1985) mais aussi réactualisées dans des films plus récents comme *Jumanji* :

---

<sup>100</sup> Le lancement de *Stranger Things* a eu lieu en juillet 2016 et celui de *Skam France* en février 2018.

<sup>101</sup> Adrienne Boutant, Célia Sauvage, *Les teen movies*, Paris, Vrin, 2011, p.10.

*Bienvenue dans la jungle* (2017). Dans le premier film, 5 lycéens punis, et hostiles les uns envers les autres, finissent par se découvrir des points communs et se lier d'amitié au cours de leur "colle". Dans l'opus de *Jumanji* sorti en 2017, le point de départ de l'intrigue est similaire : 4 lycéens sanctionnés se retrouvent à faire des travaux d'intérêt général ensemble. Enfermés dans la même salle, ils y découvrent le mystérieux jeu *Jumanji*. Aspirés dans l'univers parallèle de celui-ci, ces protagonistes éloignés les uns des autres finiront par nouer des liens forts.

De la même manière, dans *Stranger Things*, le combat contre les forces surnaturelles rapproche les personnages de Nancy Wheeler et Jonathan Byers. Ils appartiennent au départ à des cercles sociaux éloignés au lycée : Nancy intègre dans la première saison un groupe de lycéens "populaires" tandis que Jonathan Byers est un timide solitaire. Ils finissent par se rapprocher suite à la disparition pour chacun d'entre eux de l'un de leur proche. Si la meilleure amie de Nancy, Barbara, a succombé aux forces obscures d'un monde parallèle et dangereux, Jonathan, lui, est toujours à la recherche de son petit frère Will qui en est prisonnier.

La situation d'exposition de la série *Skam France* débute sur un postulat similaire : 5 filles n'ayant a priori pas de rapport entre elles se retrouvent par hasard à organiser la même soirée en début de saison 1. La thématique de la situation forcée s'actualise ici par leur statut de "looseuses". Éjectées pour certaines de leurs groupes initiaux ou électron libre solitaire pour d'autres, elles ont chacune leurs raisons<sup>102</sup> de vouloir organiser "la soirée la plus cool du lycée" et s'assemblent. Le cours du scénario les voit ensuite dépasser ces premières difficultés pour devenir meilleures amies.

Outre le *teen-movie*, il est possible d'affirmer que *Stranger Things* s'ancre pleinement dans le genre de la science-fiction, notamment par ses références explicites à certains films des années 1980. Les scénaristes de la série, les frères Duffer, revendiquent<sup>103</sup> explicitement les références voulues à la production de cette période. La science-fiction est définie comme un « genre [...] cinématographique qui invente des

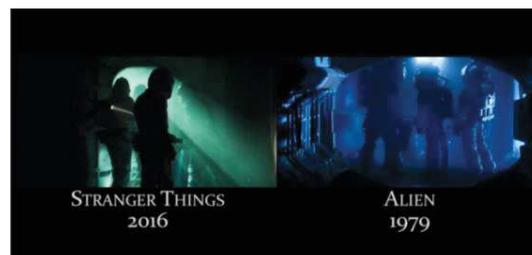
---

<sup>102</sup> Cf. Annexe 2.

<sup>103</sup> LBS Podcasts. "Nerdist Podcast: Duffer Brothers". Vidéo-interview.YouTube. YouTube. Web. 25 octobre 2017.

mondes, des sociétés et des êtres situés dans des espaces-temps fictifs (souvent futurs), impliquant des sciences, des technologies et des situations radicalement différentes.»<sup>104</sup> *Stranger Things* est incontestablement un exemple du genre par sa mise en scène du monde de l'*Upside down*, double inversé souterrain de la ville de Hawkins où se déroule l'intrigue. Des êtres dangereux aux forces surnaturelles obscures peuplent ce monde. Des brèches s'ouvrent entre ces deux univers parallèles suite à des expérimentations scientifiques et menacent la bourgade des héros.

La série est ainsi marquée par de nombreuses références à des films de science-fiction comme *Rencontres d'un troisième type* (1977), *Alien* (1979) ou encore *E.T* (1982). Les clins d'œil à ce dernier film sont particulièrement flagrants. Le personnage d'Eleven, incarne la figure de l'être extra-ordinaire grâce à ses pouvoirs surnaturels. Le parallèle avec l'extraterrestre E.T. se poursuit aussi par la découverte nocturne que font d'elle ses futurs amis. On la retrouve également transportée à vélo par ses compagnons d'aventure. De la même manière, quand Eleven doit sortir à l'extérieur, elle se fait déguiser par ses acolytes pour devenir méconnaissable. Cette scène rappelle une scène similaire dans E.T (cf. capture d'écran ci-dessous).



Capture d'écran de la vidéo de l'article *Télérama.fr* « Les références de la série "Stranger Things" détaillées dans une vidéo ». 0'12.<sup>105</sup>

---

<sup>104</sup>Larousse.fr [en ligne]. Consultée le 21/07/2018. <URL : [https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/science-fiction\\_sciences-fictions/71469/](https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/science-fiction_sciences-fictions/71469/)>.

<sup>105</sup> Idem.



Capture d'écran de la vidéo de l'article Télérâma.fr « Les références de la série "Stranger Things" détaillées dans une vidéo ». 2'22<sup>106</sup>

Nous constatons ici que les scénarios de notre corpus ne renouvellent pas les genres auxquels ils appartiennent. Dans le cas *Stranger Things* plus particulièrement, on peut affirmer que la série s'inscrit pleinement dans des références passées. Elle procède à une recombinaison des genres en mêlant les codes de *teen-movie* et science-fiction. Nous avons pu cependant voir dans notre première partie que cette tendance à l'hybridation des genres avait été amorcée dès les années 1980.

A la lumière de notre seconde hypothèse, il semblerait que les genres de *Skam France* et *Stranger Things* n'apportent pas de nouvelles manières d'appréhender le récit. Cependant, le choix d'une série de science-fiction pour Netflix semble dire quelque chose du marché de l'audiovisuel aujourd'hui. Cyril Tysz, directeur de collection de *Skam France*, souligne une ouverture à de nouveaux thèmes de scénarios en séries TV dont la science-fiction ferait partie. Il précise que cette ouverture avait déjà lieu aux Etats-Unis mais qu'elle se fait progressivement en Europe<sup>107</sup>. Par ailleurs, pour l'Alliance, Delphine Ernotte estime que deux types de fictions sont particulièrement adaptées à l'Europe ; « Les histoires très locales avec une portée universelle et la science-fiction, par définition plus apatride que les drames traditionnels<sup>108</sup>. »

---

<sup>106</sup> Télérâma, « Les références de la série *Stranger Things* détaillées dans une vidéo », *Telerama.fr*, [disponible en ligne : <https://www.telerama.fr/cinema/quelles-sont-les-references-de-la-serie-stranger-things,145722.php>], publié le 27/07/2016, consulté le 20/08/2018.

<sup>107</sup> Cf. Annexe 2.

<sup>108</sup> Alexandre Piquard, « L'alliance » européenne publique pour contrer Netflix », *Lemonde.fr*, [disponible en ligne : [https://abonnes.lemonde.fr/economie/article/2018/05/03/l-alliance-europeenne-publique-pour-contrer-netflix\\_5293785\\_3234.html](https://abonnes.lemonde.fr/economie/article/2018/05/03/l-alliance-europeenne-publique-pour-contrer-netflix_5293785_3234.html)], publié le 03/05/2018, consulté le 03/05/2018.

Finalement, il semblerait que *Stranger Things* soit particulièrement adaptée à une réception internationale par son ancrage dans une petite bourgade fictive américaine et ses références à la science-fiction. Pour la franchise *Skam*, l'objectif d'exportation est explicite puisqu'il s'agit d'un format.

## 2) *Skam France* comme format

Nous nous pencherons ici sur les enjeux narratifs de *Skam France* en tant que format. Par format nous entendons ici un programme TV qui obéit à une structure précise, avec un concept, une mécanique et une charte définis. Les contours des réalisations à venir doivent être formalisés en amont pour ce type d'émission à la fois reproductible et exportable<sup>109</sup>. Tous ces éléments doivent permettre de pouvoir clairement l'identifier, peu importe le pays où il a été adapté. Par conséquent, la charte graphique de *Skam* est clairement identifiable, les diffusions en temps réel d'extraits et le synopsis font également partie des promesses réitérées par les différentes adaptations<sup>110</sup>.

Cyril Tysz a chapeauté l'équipe de scénaristes en charge de l'adaptation française et précise ainsi qu'un cahier des charges précis leur avait été transmis<sup>111</sup>. La note d'intention de départ écrite par Julie Andem, la créatrice de la série, clame sa volonté de redonner confiance aux jeunes filles et de les aider à s'affirmer. Parmi les matériaux dont disposaient les scénaristes se trouvaient également les scénarios traduits, d'abord en anglais puis en français. La durée différait d'un épisode à l'autre pour la série originale, diffusée sur le service public norvégien (NRK). Pour l'adaptation française la contrainte de la durée reste présente en raison de sa diffusion en linéaire sur France 4. Cyril Tysz indique que certains passages ont dû être coupés ou réajustés pour obéir à cette logique

---

<sup>109</sup> *The Wit*, « The definitive guide "how to create a hit format in 10 lessons" », *Miptrends.com*, [disponible en ligne : [http://www.miptrends.com/tv-business/create-hit-format-10-lessons-definitive-guide/?\\_ga=2.46353508.215510366.1536008736-1480544478.1536008736](http://www.miptrends.com/tv-business/create-hit-format-10-lessons-definitive-guide/?_ga=2.46353508.215510366.1536008736-1480544478.1536008736)], publié le 05/11/2016, consulté le 08/08/2018.

<sup>110</sup> *Skam* a déjà été adapté aux Etats-Unis, en France et en Italie. Une version allemande, espagnole et néerlandaise sont prévues.

<sup>111</sup> Cf. Annexe 2.

de diffusion. Ces retouches minutieuses permettent cependant de garder une trame parfaitement fidèle à la série originale.

Une fidélité gênante pour certains fans français qui connaissaient déjà la version norvégienne. Le directeur de collection de *Skam France* revendique pourtant cette similarité :

[...] Quand on a lu les articles de la presse qui sortaient en disant que c'était du copié-collé, j'étais super content parce que je me disais "mission accomplie" ! Mais en vrai c'est pas du tout un copié-collé, c'est pas du tout la même série, elle fait 2 heures de moins.<sup>112</sup>

L'un des autres défis de l'adaptation sont donc les conditions de diffusion, différentes d'un pays à l'autre. Outre la reprise un peu trop conforme du scénario original, un côté un peu trop sage a pu être reproché<sup>113</sup> à *Skam France*. Pourtant cette spécificité de la réalisation française est également due à des contraintes de diffusion : en France, la loi Evin interdit la publicité directe ou indirecte du tabac et encadre fortement celle de l'alcool. Cette restriction s'applique également à la télévision. Le public familial de France 4, composé notamment a priori aussi d'enfants, explique aussi pour Cyril Tysz<sup>114</sup> cet aspect plus rangé.

Il est intéressant de constater que ce réagencement donne lieu à des scénarios différents mais que le récit et le développement de l'intrigue, adaptés à la réalité française, restent les mêmes. La question se pose du choix d'une adaptation plutôt que de l'achat des droits de la série originale. Antonio Grigolini<sup>115</sup>, directeur de la plateforme FranceTV Slash qui héberge l'adaptation a pu en avancer les explications. Selon lui, la question des droits musicaux à racheter s'avérait complexe mais l'adaptation était surtout motivée par l'envie de proposer une histoire proche du réel des adolescents français. La marque *Skam* possède par ailleurs une fan base extrêmement forte sur laquelle capitaliser. En effet, vers la fin de sa troisième saison, la série originale est devenue le programme le

---

<sup>112</sup> Idem.

<sup>113</sup> Pierre Langlais, « *Skam France*, remake un peu sage mais attachant du carton ado norvégien », *Telerama.fr*, [disponible en ligne : <https://www.telerama.fr/series-tv/skam-france,-remake-un-peu-sage-mais-attachant-du-carton-ado-norvegien,n5469926.php>], publié le 07/02/2018, consulté le 13/06/2018.

<sup>114</sup> Cf. Annexe 2.

<sup>115</sup> Cf. Annexe 3.

plus regardé de la télévision en streaming norvégienne depuis son lancement en septembre 2015. En moyenne la série a rassemblé 1.2 millions de visiteurs uniques par semaine sur le site du diffuseur, avec plus d'un millions de personne ayant regardé en ligne l'épisode hebdomadaire.<sup>116</sup> Au Norvège où la population est au nombre de 5 millions, la série *Skam* est un phénomène sans précédent, connu de tous.<sup>117</sup>

La vague *Skam* a aussi fait des émules en dehors du territoire norvégien. Lors d'une conférence sur *Skam* la chercheuse Jill Walker Rettberg explique par exemple que 4 millions de fans chinois auraient regardé la série originale<sup>118</sup>. Nous observons également la présence de commentaires en plusieurs langues en naviguant sur les comptes Instagram fictifs des personnages<sup>119</sup>. Antonio Grigolini confirme le phénomène pour l'adaptation française :

[...] Nos diffusions légales sont évidemment géo-bloquées et après évidemment qu'on arrive pas complètement à endiguer le piratage. Et on voit que c'est regardé dans plein de pays, en Russie notamment par exemple. *Skam France* est hyper fort en Russie. Il doit y avoir une page de VK qui est un peu l'équivalent de Facebook, avec peut-être 300 000 fans quelque chose comme ça ?<sup>120</sup>

Dans le sens où *Skam France* est un format adapté, reprenant la même trame que sa consœur norvégienne, nous pouvons affirmer que son scénario ne propose pas de nouvelles formes de narrations. Nous nous devons cependant de nuancer cette affirmation qui semblait a priori confirmer notre seconde hypothèse. Même si le scénario reprend les événements de la série originale, *Skam France* actualise en France en mode

---

<sup>116</sup> Rachel Donadio, « Will 'Skam,' a Norwegian Hit, Translate? », *Nytimes.com*, [disponible en ligne : <https://www.nytimes.com/2016/12/09/arts/television/will-skam-a-norwegian-hit-translate.html>], publié le 09/12/2016, consulté le 10/07/2018.

<sup>117</sup> « Every person I speak to in Oslo, from the noodle-limbed checkout guy at the corner store to a middle-aged festival organizer visiting from Denmark, knows what *Skam* is, and most of them have seen it. » In : Patrick D. McDermott, « Why The Whole Planet Is Obsessed With This Norwegian Teen Drama », *Thefader.com*, [disponible en ligne : <https://www.thefader.com/2017/04/10/skam-season-4-sana-isak-even-nrk-interview>], publié le 04/10/2017, consulté le 10/07/2018.

<sup>118</sup> Jill Walker Rettberg, « A Narrative Analysis of the Use of Social Media in SKAM (vidéo) », *YouTube.com*, [disponible en ligne : <https://www.youtube.com/watch?v=pXiVP-x91xo>], publié le 18/11/2017, consulté le 07/08/2018.

<sup>119</sup> [Instagram.com/charles\\_munier](https://www.instagram.com/charles_munier) [en ligne]. Consultée le 21/07/2018. <URL : [https://www.instagram.com/p/BiY86KnluTb/?hl=fr&taken-by=charles\\_munier/](https://www.instagram.com/p/BiY86KnluTb/?hl=fr&taken-by=charles_munier/)>.

<sup>120</sup> Cf. Annexe 3.

de narration innovant de la franchise *Skam*. En effet, de courts extraits sont mis à disposition en temps réel dans la semaine, et l'épisode complet qui compile ces extraits est diffusé en fin de semaine. La déclinaison de la série sur les réseaux sociaux constitue aussi une part importante du caractère novateur de la narration. Nous reviendrons sur ces aspects plus tard dans notre analyse.

L'adaptation n'empêche pas par ailleurs d'aborder des problématiques locales. A travers le monde, les communautés LGBT fan de la série ont pu saluer le réalisme et la finesse de la représentation du couple homosexuel d'Isak et Even. Nombreux sont aussi les fans qui se sont reconnus dans les sentiments liés à la découverte de la sexualité<sup>121</sup> ou tout simplement dans cette histoire d'amour<sup>122</sup>. La troisième saison norvégienne est consacrée au personnage d'Isak et propose une introspection dans ses sentiments. Son couple avec Even a particulièrement marqué la communauté de fans à l'international, menant à la viralisation de leurs photos sur Tumblr<sup>123</sup>. En 2017, les millions de votes de fans à travers le monde ont érigé Isak et Even au rang du "meilleur couple de la TV" selon le classement E!Online<sup>124</sup>. Laura, une mère de famille américaine fan de *Skam* a été fascinée par cette histoire ; « Pour être honnête, quand j'étais jeune, nous n'avions pas tellement de scénarios gays avec autant de profondeur.<sup>125</sup>».

Si *Skam France* reprend exactement les mêmes éléments de scénario, nous pouvons peut-être supposer que la série apportera un regard rafraîchissant sur les couples LGBT adolescents en France. Ces dernières remarques nous rappellent néanmoins une spécificité des séries TV étudiée auparavant dans notre travail. Il s'agit ici de leur capacité à se faire miroir de certaines problématiques sociétales.

---

<sup>121</sup> André-Naquian Wheeler, « the skam fandom is the greatest community you're not part of », *I-d.vice.com*, [disponible en ligne : [https://i-d.vice.com/en\\_uk/article/zmga9e/the-skam-fandom-is-the-greatest-community-youre-not-part-of](https://i-d.vice.com/en_uk/article/zmga9e/the-skam-fandom-is-the-greatest-community-youre-not-part-of)], publié le 02/05/2018, consulté le 01/07/2018.

<sup>122</sup> Patrick D. McDermott, « Why The Whole Planet Is Obsessed With This Norwegian Teen Drama », *Thefader.com*, [disponible en ligne : <https://www.thefader.com/2017/04/10/skam-season-4-sana-isak-even-nrk-interview>], publié le 04/10/2017, consulté le 10/07/2018.

<sup>123</sup> Idem.

<sup>124</sup> Tierney Bircker, « TV's Top Couple 2017 Has a Winner and They're Thanking "the Coolest Fanbase on Earth" », *Eonline.com*, [disponible en ligne : <https://www.eonline.com/news/834591/tv-s-top-couple-2017-has-a-winner-and-they-re-thanking-the-coolest-fanbase-on-earth>], publié le 08/03/2017, consulté le 20/08/2018.

<sup>125</sup> *Op.cit.*<sup>22</sup>

### 3) *Skam France* et *Stranger Things*, miroir de questions sociétales féministes

La première partie de notre travail de recherche a pu ainsi mettre en avant la capacité des séries à refléter des questions sociétales dès les années 60 et 70 aux Etats-Unis. Nous verrons dans la suite de notre analyse en quoi cette transposition est intrinsèque à l'art du récit sériel. Ici nous nous saisissons de cet aspect pour affirmer que *Strangers Things* et *Skam France* se font aussi miroir de nos sociétés actuelles à travers la question du féminisme. Nous reprendrons la définition du féminisme dans les séries TV par Jean-Pierre Esquenazi comme «la prise de conscience de la situation culturellement minoritaire des femmes. »<sup>126</sup> Cette prise de conscience a pu se concrétiser dans l'histoire des séries TV par des histoires représentant des profils de femmes diversifiés, en dehors des stéréotypes genrés et incarnant des figures fortes. Elle a pu aussi se concrétiser dans le traitement de certaines thématiques telles que la sexualité des femmes dans *Sex and The City* par exemple. Plus récemment la série *Girls* a pu soulever des débats autour des diktats physiques dans la médiatisation des corps féminins. La scénariste et actrice principale de cette série, Lena Dunham, a revendiqué sa prise de position militante explicite à ce sujet. La mise en image de son corps nu et la sexualité de son personnage visent à déconstruire ces diktats<sup>127</sup>.

La série *Stranger Things* ne revendique pas une approche militante du féminisme et les limites de ses personnages féminins peuvent être parfois pointés du doigt. Néanmoins, on peut souligner que les personnages féminins principaux relèvent d'une certaine force. L'exemple le plus parlant est sans doute celui d'Eleven. Cette petite fille au crâne rasé est, de tous les enfants, le personnage qui possède le plus de force physique et mentale. Ses pouvoirs surnaturels font d'elle la seule capable d'affronter les forces maléfiques de l'*Upside down*. En découvrant son histoire, le spectateur apprend aussi qu'elle a survécu à plusieurs années de torture et d'internement en laboratoire. L'intrigue de la série est par ailleurs en grande partie construite autour son arche narrative. Le personnage de Joyce, la mère du petit enfant disparu Will, marque aussi

---

<sup>126</sup> ESQUENAZI, Pierre, *Les séries télévisées ? L'avenir du cinéma*. Armand Collin.2014, p.191.

<sup>127</sup> Jen Simon, « We Are All Lena Dunham », *Huffingtonpost.com*, [disponible en ligne :[https://www.huffingtonpost.com/jen-simon/we-are-all-lena-dunham\\_b\\_4658696.html?guccounter=1](https://www.huffingtonpost.com/jen-simon/we-are-all-lena-dunham_b_4658696.html?guccounter=1)], publié le 21/01/2014, consulté le 01/08/2018.

par sa détermination à retrouver son fils (même si elle occupe surtout le rôle de mère.) Finalement, nous pouvons affirmer que *Stranger Things* s'inscrit en quelque sorte dans les évolutions des représentations féminines à l'écran.

Le parti pris féministe de *Skam France* est beaucoup plus explicite. Nous avons pu apprendre dans notre entretien avec Cyril Tysz que donner confiance aux adolescentes était l'objectif de Julie Andem, la créatrice de la série. En effet, le scénario est riche de moments délibérément féministes. L'épisode 6 de la saison 1 est à ce sujet parlant<sup>128</sup>. Il y décrit la pratique du *slut-shaming* consistant à « rabaisser ou culpabiliser une femme à cause de son comportement sexuel. »<sup>129</sup> Dans cet extrait, le personnage d'Emma est insulté de « salope » car elle aurait brisé le couple d'une ancienne amie. C'est l'une des autres héroïnes, Daphné, qui emploie ce terme envers elle. Elle est aussitôt vivement sermonnée par les autres filles du groupe : l'emploi de ce terme est inadmissible. L'extrait dévoile ensuite que Daphné a été aussi victime de *slut-shaming* puis défendue par ses amies. Les différentes formes de stigmatisations envers les femmes, le harcèlement et l'image du corps sont autant de thématiques traitées par *Skam France* sous un angle féministe. Le scénario présente un groupe d'amies solidaires qui se défendent face à ces types de rabaissement. Certains fans étrangers de la série se sont exprimés sur cet aspect de la série qu'ils trouvent inspirant. Laura, que nous citons plus haut, va même jusqu'à regretter de pas avoir eu de modèles similaires d'interactions féminines dans sa jeunesse. Le scénario présente pour elle la possibilité d'envisager les relations entre femmes dans une dynamique de soutien et d'entraide<sup>130</sup>.

A la lumière de nos analyses, les scénarios de notre corpus semblent actualiser des procédés antécédents plus que d'en proposer des nouveaux. Les références aux codes du genre du teen-movie et de la science-fiction et les contraintes d'adaptation de format en sont des explications. Chacune à leur manière, *Stranger Things* et *Skam France* se font miroir de certaines problématiques sociétales. Mais elles ne sont pas les

---

<sup>128</sup> Extrait du « Jeudi 15h19 - Blacklistée » issu de l'épisode 6 de la saison 1.

<sup>129</sup> Lady Dylan, « Je veux comprendre... le slut-shaming », *Madmoizelle.com*, [disponible en ligne : <http://www.madmoizelle.com/slut-shaming-115244>], publié le 28/02/2017, consulté le 01/08/2018.

<sup>130</sup> André-Naquian Wheeler, « the skam fandom is the greatest community you're not part of », *I-d.vice.com*, [disponible en ligne : [https://i-d.vice.com/en\\_uk/article/zmga9e/the-skam-fandom-is-the-greatest-community-youre-not-part-of](https://i-d.vice.com/en_uk/article/zmga9e/the-skam-fandom-is-the-greatest-community-youre-not-part-of)], publié le 02/05/2018, consulté le 01/07/2018.

premiers exemples de séries se faisant miroir de la société. Par leurs formats et le choix de leurs thèmes elles semblent dans un premier temps pleinement héritières des traditions narratives et des logiques de production dans lesquelles elles s'inscrivent.

La restructuration du scénario de *Skam* en vue d'une adaptation française soulève néanmoins un paradoxe intéressant. Les scénarios de ces deux versions ne sont pas les même temps en durée ni en références culturelles. Pourtant, l'ensemble du public semble s'accorder pour dire que les scénarios sont identiques en structure et déroulement. Y'aurait-il alors des procédés dramaturgiques qui permettent à une histoire de s'agencer selon un même modèle ?

## **B) L'utilisation de structures dramaturgie pérennes dans *Skam France* et *Stranger Things***

Dans cette partie nous nous proposons d'adopter une démarche davantage narratologique. La narratologie désigne ici l'étude des techniques et structures narratives. Certaines théories de cette discipline affirment l'existence d'une structure immanente, commune à chaque histoire. C'est la thèse défendue notamment par Vladimir Propp dans *Morphologie du conte*<sup>131</sup> A travers l'étude d'une centaine de contes russes, il établit un ensemble de mécanismes qui structurent le récit en trois actes principaux. Ces trois actes principaux sont organisés par des "fonctions". Pour Vladimir Propp, les fonctions désignent « l'action d'un personnage, définie du point de vue de sa signification dans le déroulement de l'intrigue.<sup>132</sup> » Plus tard, Joseph Campbell contribuera à l'élaboration du concept de "monomythe"<sup>133</sup>: selon lui toutes les histoires suivent le même schéma narratif, celui du voyage du héros. Ce voyage constitué toujours des mêmes étapes est inspiré à Campbell par l'étude de différents mythes. Il élabore également dans son analyse des archétypes mythiques de personnages qui apparaissent sur le chemin du

---

<sup>131</sup> Vladimir Propp, *Morphologie du conte*, Seuil, Paris, 1995.

<sup>132</sup> Lettresmodernes.fr [en ligne]. Consultée le 21/07/2018. <URL : <http://lettresmodernes.fr/wp-content/uploads/2016/02/analyse-structurale-propp1.pdf/>>.

<sup>133</sup> Joseph Campbell, (1949), *Le Héros aux mille et un visages*, Robert Laffont, Paris, 1977.

héros. Les travaux de Campbell seront repris et appliqués aux productions audiovisuelles par Christopher Vogler dans *Le guide du scénariste*<sup>134</sup>.

Nous avons rappelé ainsi les travaux narratologiques qui ont inspiré la thèse d'une structure immanente à tout type de récits. Nous nous proposons de les étudier dans cette partie avec l'aide de deux ouvrages les appliquant au scénario de productions audiovisuelles. Le livre de Christopher Vogler cité plus haut et *La dramaturgie, l'art du récit* d'Yves Lavandier<sup>135</sup> nous serviront de grilles d'analyse pour notre corpus.

### 1) Les archétypes de personnages

Nous soumettons dans un premier temps les personnages de *Skam France* et *Stranger Things* aux typologies de personnages élaborées par Vogler. Nous prenons dans un premier temps comme objet d'étude la première saison de *Skam France* qui s'axe autour du personnage d'Emma. Elle est en froid avec son ancienne meilleure amie et le début de la saison la dépeint plutôt solitaire, cherchant sa place au lycée. Elle rencontre sur son chemin plusieurs personnages qui vont former son futur groupe de meilleures amies : Manon, Daphné, Imane et Alexia. Par leurs personnalités et les moments où chacune d'elles apparaissent sur le chemin d'Emma, nous pouvons établir quelques parallèles.

De cette manière, il semblerait que vis-à-vis d'Emma le personnage de Manon incarne l'archétype du « Mentor »<sup>136</sup>. La fonction dramatique du mentor est d'encourager le héros dans sa quête. Il symbolise les plus hautes aspirations du héros, son devenir au bout de son parcours. Il transmet au héros sa sagesse et lui fait un cadeau (métaphorique ou concret) pour l'aider à avancer dans sa quête. La transmission du cadeau ne se fait que si le héros l'a mérité après la traversée d'une épreuve. Dans le premier épisode de la première saison de *Skam France*, Manon remplit toutes ces fonctions. Elle est témoin

---

<sup>134</sup> Christopher Vogler, *Le guide du scénariste, la force d'inspiration des mythes pour l'écriture cinématographique et romanesque*, Dixit, Paris, 1998.

<sup>135</sup> Yves Lavandier, *La dramaturgie, l'art du récit*, Mayenne, Editions Le Clown et l'Enfant, 2017.

<sup>136</sup> Idem, p.49-56.

d'une scène où Emma se fait insulter par son ancienne meilleure amie alors même qu'elle cherchait à faire un pas vers celle-ci. Manon s'approche alors d'Emma et la réconforte alors qu'elles ne se connaissent pas. Ici Emma est récompensée par ses paroles après la traversée d'une épreuve : elle a osé reprendre contact avec son ex meilleure amie. Manon représente par ailleurs une attitude qu'Emma aimerait parvenir à adopter. Manon est solitaire comme Emma, mais elle le vit avec sérénité et appréhende les choses avec une certaine maturité. Insultée par son ancienne meilleure amie, la blessure interne et le manque de confiance en soi d'Emma sont exacerbés. En la réconfortant par ses mots, Manon panse son ego et lui offre un cadeau symbolique.

Les différents personnages du groupe de filles de *Skam France* peuvent être interprétés comme certains des autres archétypes énoncés par Vogler. On peut de cette manière considérer que Daphné se comporte comme le « Messenger »<sup>137</sup> et Alexia comme le « Trickster ».<sup>138</sup> La fonction du Messenger est d'apporter au héros (ici Emma) une information ou un changement de situation qui vont bouleverser le cours de son quotidien. Le héros doit face au défi posé par le messenger en adoptant une position et en acceptant le conflit. Dans la saison 1 Daphné est motivée par la préparation de la plus grande soirée du lycée. S'étant fait éjectée du groupe qui devait l'aider à la préparer, elle cherche de nouvelles personnes pour l'aider à l'organiser. Dans ce contexte, Daphné chamboule le quotidien d'Emma en lui proposant de l'aider à organiser la soirée. Pour une soirée réussie, il faut que des Terminales y soient présents selon Daphné. Elle pose alors un défi à Emma : il faudra qu'elle flirte avec l'un d'entre eux pour atteindre cet objectif. Ce défi s'avère d'autant plus ardu qu'Emma est déjà en couple.

Quant au personnage d'Alexia, il se présente comme l'archétype du Trickster par sa fonction de soulagement comique. Ce personnage n'est pas beaucoup développé dans la série mais nous constatons que ses prises de paroles opèrent souvent un décalage humoristique. Dans *Skam France*, les différentes soirées de la saison 1 présentent pour les autres personnages des enjeux sentimentaux ou de séduction. Il peut s'agir pour Emma d'éviter de succomber à la tentation et d'être infidèle ou pour Daphné de conquérir Charles, le terminale le plus populaire du lycée. Par contraste, Alexia se

---

<sup>137</sup> Idem, p.61-65.

<sup>138</sup> Idem, p.74-77.

saisit des mêmes enjeux et les parodie involontairement par ses techniques de séduction décomplexées.

## 2) La structuration du récit selon des codes dramaturgiques établis

Nous avons pu voir ainsi que *Skam France* répondait dans la construction des personnages aux archétypes établis par Vogler et comment ceux-ci influençaient l'action de l'intrigue. Nous nous proposons de soumettre ici la trame de la première saison de *Stranger Things* aux structures dramaturgiques présentées par Yves Lavandier<sup>139</sup>. Cet auteur dramatique, cinéaste et script doctor affirme « qu'une œuvre dramatique raconte les tentatives d'un protagoniste pour atteindre un objectif général [...] ». <sup>140</sup> La méthodologie qu'il établit pour la structuration de cette œuvre dramatique se découpe en trois actes.

Le premier acte contient tous les événements qui précèdent la clarification de l'objectif du héros pour le spectateur. On peut considérer que dans *Stranger Things* il s'agit du premier épisode. De nombreux événements étranges surviennent dans la petite ville de Hawkins mais il est difficile d'établir un lien entre eux. De cette manière, un des héros principaux, Will, rencontre une créature étrange en rentrant chez lui un soir et disparaît. Une petite fille mystérieuse en blouse d'hôpital erre aussi dans Hawkins. Son comportement étrange attire l'attention des habitants. Alors même qu'elle trouve refuge dans un restaurant, un groupe d'hommes armés surgit pour la capturer. En fuite, elle tombe sur la bande d'amis du petit Will disparus qui la recueillent. Le premier épisode établit ainsi la rencontre entre Eleven et le groupe de jeunes garçons mais le spectateur ignore ce qui les lie.

Le second acte semble se développer dès le deuxième épisode de la série. Yves Lavandier décrit cette partie de la structure dramaturgique comme les tentatives du héros pour accomplir son objectif. Cette partie s'appelle aussi « action » et se présente comme la partie la plus longue de l'œuvre. Dans *Stranger Things*, le second épisode amorce

---

<sup>139</sup> Yves Lavandier, *La dramaturgie, l'art du récit*, Mayenne, Editions Le Clown et l'Enfant, 2017, p.165-172.

<sup>140</sup> Idem, p.165.

l'existence d'un monde parallèle dans Hawkins. Mais c'est lors du troisième épisode qu'il est véritablement dévoilé. Dans le second épisode on aperçoit le personnage de Barbara disparaître mystérieusement. Dans le troisième épisode nous la retrouvons en train d'errer dans la copie souterraine d'un Hawkins parallèle et glauque. Pendant ce temps, la mère de Will qui croyait entendre la voix de son fils dans les autres épisodes, réussit à établir contact avec lui au moyen de signaux lumineux. Les différents indices distillés au cours de ces deux épisodes rendent l'objectif clair aux yeux du spectateur : un monde parallèle et maléfique existe et Will, toujours vivant, en est prisonnier. L'action qui consistera à l'en extirper prend alors toute son ampleur et monte en puissance jusqu'au dernier épisode.

On peut affirmer que le troisième acte de la saison n'intervient que vers la fin du dernier épisode. Le troisième acte se caractérise par les dernières retombées de l'action. Yves Lavandier le détaille aussi comme le moment où « la volonté farouche d'un individu à faire quelque chose va mettre en branle tout un univers et laisser des traces. [...] Parfois il donne une idée de ce que les personnages vont devenir.»<sup>141</sup> La fin de saison 1 semble parfaitement correspondre à ces critères. Les dernières retombées de l'action se traduisent par la découverte de Will dans l'*Upside down* et le sauvetage qui s'ensuit. La volonté farouche décrite plus haut prend forme dans le personnage d'Eleven. Dans le dernier épisode, les créatures obscures surgissent du monde souterrain pour attaquer la ville. Eleven pulvérise le dernier et le plus tenace d'entre eux. La mobilisation de toutes ses forces dans cette entreprise la fait disparaître, brisant le cœur de ses amis. La fin de cette saison montre Will subir les séquelles de son passage dans l'univers parallèle. Il régurgite des substances étranges qui rappellent la texture des créatures de l'*Upside down*. Il garde cette information pour lui et prépare ainsi les événements de la seconde saison. Un des dernières spécificités de l'acte trois se confirme alors ici : sa fonction de transition.

A travers cette étude comparée de construction dramaturgique nous avons pu mettre en avant la présence de codes narratifs réitérés dans les scénarios de notre

---

<sup>141</sup> Idem, p.168.

corpus. Notre seconde hypothèse paraît à ce stade validée. Les scénarios de *Stranger Things* et *Skam France* réactualisent les genres auxquels ils appartiennent mais semblent aussi structurés selon des règles dramaturgiques préexistantes. Cependant nous nous sommes pas ici suffisamment attardés sur l'utilisation des réseaux sociaux et de la communication de ces deux séries. Dans le cas de *Stranger Things* et *Skam France*, ces deux éléments sont pourtant essentiels voire participent de la narration.

## C) Une immersion fictionnelle décuplée par la forme sérielle et l'évolution de ses conditions de réception

### 1) Les conditions de réception de l'univers fictionnel de la série TV

L'expression de "miroir de la société" pour les séries implique une forme de réception où le spectateur y voit son propre reflet. Comment ce processus de réception prend-t-il place et en quoi est-il intrinsèquement lié aux spécificités de la série TV ?

Nous proposons ici de partir du constat de Jean-Pierre Esquenazi qui cite Jean-Marie Schaeffer, philosophe de la réception esthétique et de la définition de l'art. Pour lui, le mode fictionnel requiert de la part du récepteur des prédispositions particulières :

Précisons avec Jean-Marie Schaeffer (1999) ce que le mode fictionnel réclame de ses lecteurs (spectateurs, etc.) : le texte fictionnel induit, pour être reçu en tant que tel, l'immersion volontaire du destinataire dans un espace mental particulier. Celui-ci implique notamment la primauté de l'imagination sur la perception et la coexistence, dans l'esprit du destinataire, de deux mondes : d'une part l'univers fictionnel qui impose ses personnages et ses conventions et d'autre part le monde réel employé comme un répertoire permettant d'interpréter les événements de l'univers fictionnel.<sup>142</sup>

Nous constatons ici que l'immersion fictionnelle implique un mouvement d'aller-retour entre l'objet fictionnel et le propre système de perception du spectateur. Le système de réception du spectateur est aussi alimenté par les références du monde qui l'entoure. La thèse exposée par Jean-Marie Schaeffer nous permet donc d'affirmer que le spectateur appréhende aussi mieux l'univers fictionnel de la série TV grâce au réel qui est le sien.

Pour Esquenazi, c'est là justement tout le pouvoir de la fiction de la série TV. Cette dernière a la capacité à nous faire demeurer dans un état mental particulier « où s'interpénètrent réalité et univers fictionnel. »<sup>143</sup> Il semblerait que la série TV réussisse à nous plonger dans cet état particulier à travers un processus d'identification mais aussi grâce à ses qualités intrinsèques formelles.

---

<sup>142</sup> Jean-Pierre Esquenazi, « Pouvoir des séries télévisées », *Communication* [En ligne], Vol. 32/1 | 2013, mis en ligne le 25 février 2014, consulté le 17 août 2018. URL : <http://journals.openedition.org/communication/4931> ; DOI : 10.4000/communication.4931

<sup>143</sup> Idem.

## 2) L'identification comme processus d'immersion fictionnel

Afin que l'immersion fictionnelle puisse fonctionner, il faut que le destin des personnages nous parle et qu'ils fassent écho à nos propres investissements affectifs<sup>144</sup>. Nous aimerions le texte fictionnel aussi parce que nous sentons qu'il nous vise directement, voire qu'il parle de nous. Ainsi, l'œuvre de fiction serait le selon le philosophe Arthur Danto « à propos de chaque lecteur qui en fait l'expérience. »<sup>145</sup>

L'engouement autour du personnage de Barbara dans *Stranger Things* en est un exemple. Cette jeune fille studieuse et réservée se présente comme la meilleure amie un peu austère de Nancy Byers, la grande sœur de l'un des héros principaux de la série, Mike. La série présente Barbara comme une amie loyale mais restant dans l'ombre de Nancy. C'est lors d'une scène où elle prouve une nouvelle fois sa loyauté que les forces obscures de *l'Upside down* la tuent. Sa mort a grandement ému les fans de la série sur les réseaux sociaux qui lui ont consacré les hashtags #WeareallBarb et #JusticeforBarb. Barbara n'apparaît que dans les trois premiers épisodes, pourtant c'est le second personnage le plus tweeté après Eleven, l'héroïne de la série<sup>146</sup>. Impopulaire mais authentique, ce personnage s'est transformé en figure des délaissés des années lycées pour certains internautes :

---

<sup>144</sup> Jean-Marie Schaeffer, *Pourquoi la fiction ?*, Paris, Seuil, 1999. p.186.

<sup>145</sup> Arthur Danto, « La philosophie comme / et la / de la littérature » dans *L'assujettissement philosophique de l'art*, traduit de l'américain par Claude-Harry Schaeffer, Paris, Seuil, 1986, p. 172-204.

<sup>146</sup> Tracy Moore, « Why people are so obsessed with Barb from *Stranger Things* ? », *Vocativ.com*, [disponible en ligne : <http://www.vocativ.com/347274/why-are-people-so-obsessed-with-barb-from-stranger-things/>], publié le 08/08/2016, consulté le 18/07/2018.



«#NousSommesBarb. Vraiment. Un exemple parlant : Barb/Stranger things - Moi au lycée »  
 Source : compte Twitter @lannalee<sup>147</sup>

Pour Jean-Pierre Esquenazi ce processus est à appréhender de manière métaphorique. La série TV nous tendrait un miroir qui nous permettrait de révéler, d'identifier un aspect qui est le nôtre et dont nous n'aurions pas eu connaissance sans ce miroir. De cette manière, pour parler de la série originale du format *Skam*, une spectatrice s'exprimera en ces termes:

L'histoire se déroule en Norvège mais a un discours universel. Je suis française et je me suis identifiée dans pas mal de réflexions des personnages, notamment ce sentiment étrange d'avoir l'impression de perdre foi en les adultes quand on devient soi-même adulte<sup>148</sup>.

Cette fan précisant par ailleurs qu'elle n'est plus du tout au lycée, l'aspect métaphorique de l'identification apparaît clairement ici. Elle fait elle-même l'expérience d'un sentiment similaire aux personnages de la série. Il est intéressant de constater qu'avec l'adaptation française l'expérience est aussi actualisée par les comptes fictifs des personnages sur les réseaux sociaux. En effet, contrairement à sa consœur originale norvégienne, *Skam France* a investi Instagram dès sa création pour créer et alimenter les comptes des personnages de la série. L'utilisation d'Instagram par les héros se calque sur les usages

<sup>147</sup> <https://twitter.com/lannalee/status/762842587342381056/photo/1> consulté le 18/08/2018.

<sup>148</sup> Louise Pétrouchka, « SKAM France vient juste de commencer ! », *Madmoizelle.com*, [disponible en ligne : <http://www.madmoizelle.com/skam-serie-tele-norveigienne-831597>], publié le 05/02/2018, consulté le 10/08/2018.

et codes réels du réseau social : utilisation de même par le personnage d'Emma<sup>149</sup>, collage de GIFs pour Alex<sup>150</sup> ou selfie devant le miroir<sup>151</sup>. Les comptes fictifs des personnages<sup>152</sup> vont même jusqu'à commenter sous leurs photos, amincissant la frontière entre fiction et réel. On peut par ailleurs supposer que le public de *Skam France* produit un exemple de l'investissement affectif décrit par Jean-Marie Schaeffer en likant<sup>153</sup> ces photos sur Instagram. En suivant les comptes comme nous suivrions des comptes de connaissances, les personnages fictifs de *Skam France* investissent davantage notre monde réel. Jean-Esquenazi affirme dans son analyse que l'œuvre est « médiatrice entre un sujet ou un thème incarné par le texte et le lecteur.<sup>154</sup> » Ici, les comptes Instagram viennent donc prolonger cette médiation. Ils incarnent et complètent l'utilisation des réseaux sociaux par les personnages dans la série, et se mêlent au propre usage que le spectateur fait d'Instagram.

### 3) La série TV, un format propice à l'immersion fictionnelle

#### a) Une structure adaptée à l'immersion

La série TV est un texte fictionnel morcelé en plusieurs épisodes dont la diffusion s'étend sur une longue période de temps, notamment à travers les différentes saisons. En effet, la fragmentation en épisodes permet à la série d'instaurer une forme de répétition. Nous rappelons ici la définition de la série donnée en introduction de notre travail. Elle affirme une unité diégétique propre à chaque épisode et « le(s) héros et/ou

---

<sup>149</sup> <https://www.instagram.com/p/Bhb35FjAQmJ/?taken-by=em.brgs> consulté le 20/08/2018.

<sup>150</sup> [https://www.instagram.com/p/BjhlK2On7\\_0/?taken-by=martineau.brie](https://www.instagram.com/p/BjhlK2On7_0/?taken-by=martineau.brie) consulté le 20/08/2018.

<sup>151</sup> <https://www.instagram.com/p/Bl2frzBtnZ/?taken-by=daph.pink> consulté le 20/08/2018.

<sup>152</sup> Animés par les community manager en charge des comptes. Les community manager travaillent pour Bigger Than Fiction, l'agence de production et communication en charge de la communication en ligne de *Skam France*.

<sup>153</sup> Etienne Candel et Gustavo Gomez-Mejia , « Le bouton *like* : poétique du clic, vertige des discours », *Semen* [En ligne], 42 | 2017, mis en ligne le 25 août 2017, consulté le 22 août 2018. URL : <http://journals.openedition.org/semen/10623>

<sup>154</sup> Jean-Pierre Esquenazi, « Pouvoir des séries télévisées », *Communication* [En ligne], Vol. 32/1 | 2013, mis en ligne le 25 février 2014, consulté le 17 août 2018. URL : <http://journals.openedition.org/communication/4931> ; DOI : 10.4000/communication.4931

thèmes, ainsi que la structure narrative, sont récurrents d'une occurrence à l'autre<sup>155</sup>. » Cette même répétition permet à la série de proposer un univers riche et foisonnant : « Le cycle se veut évolution d'un univers, et *expansion* de cet univers.<sup>156</sup> »

L'expansion de cet univers est par ailleurs permise par une forme de vraisemblance<sup>157</sup> instaurée par le monde de la série. L'étude des étapes historiques de la création de série TV a pu précédemment mettre en avant une forme de montée en réalisme des séries TV. Des séries telles que *Sur écoute* (HBO, 2002-2008) marquent par leur foisonnement de détails propres à l'univers qu'elles décrivent. Dans le cas de cette série, il s'agit d'une représentation minutieuse de la criminalité dans la ville de Baltimore aux Etats-Unis. En effet, à l'époque où il était reporter, le créateur de la série David Simon avait pu suivre une équipe de policier pendant un an. Il a pu ainsi disposer d'un matériel important pour l'écriture du scénario de la série<sup>158</sup>.

Pour *Stranger Things* il ne s'agit évidemment pas de supputer l'existence d'un monde maléfique parallèle, mais d'affirmer la cohérence interne de l'œuvre au sein de son propre univers fictionnel. Les nombreux efforts pour reconstituer les années 1980 posant le décor de *Stranger Things* participent de cette manière à l'homogénéité ontologique de la série. Tout comme le travail de recherche préalable dont a fait l'objet *Skam* et son adaptation. En effet, la créatrice de la version originale avait parcouru la Norvège pendant un an pour interroger les adolescents du pays. Les histoires sont donc inspirées et adaptées de ces anecdotes et des personnalités qu'elle a pu rencontrer. Le directeur de collection de la version française, Cyril Tysz, nous a précisé qu'une méthodologie similaire était requise pour l'adaptation. Ainsi, pour *Skam France*, une

---

<sup>155</sup> SEPULCHRE, Sarah (dir.), *Décoder les séries télévisées*, Bruxelles, De Boeck Supérieur, coll. « Info&Com », 2017, p.235.

<sup>156</sup> Dans le même article cité plus haut, Jean-Pierre Esquenazi établit un parallèle entre les séries les cycles en littérature tels qu'étudiés par Anne Besson dans *D'Asimov à Tolkien cycles et séries dans la littérature de genre*, Paris, CNRS Éditions, 2004.

<sup>157</sup> Tel que défini par Aristote dans son ouvrage *Poétique*, Paris, LGF, coll. « Livres de poche », 1990.

<sup>158</sup> Martine Delahaye, « Radio : David Simon, un infiltré au cœur du crime », *Lemonde.fr*, [disponible en ligne : [https://abonnes.lemonde.fr/televisions-radio/article/2017/10/28/radio-david-simon-un-infiltrer-au-c-ur-du-crime\\_5207092\\_1655027.html?](https://abonnes.lemonde.fr/televisions-radio/article/2017/10/28/radio-david-simon-un-infiltrer-au-c-ur-du-crime_5207092_1655027.html?)], publié le 28/10/2017, consulté le 01/07/2018.

enquête de terrain a été menée et les scénaristes ont rencontré des adolescents du même âge que les personnages<sup>159</sup>.

Nous examinons ensuite une autre des caractéristiques de la série, à savoir l'ellipse. Au-delà du montage de séquences choisies au sein de l'épisode même, un laps de temps fictionnel s'écoule entre les épisodes et les saisons. Au début de la seconde saison de *Stranger Things* par exemple, on aperçoit que Will garde des séquelles de son passage dans le monde de l'*Upside down*. Dès le premier épisode, le spectateur est témoin de ses visions du monde parallèle dont il est rescapé. Pendant un dîner avec sa mère et son frère, on le voit s'éclipser dans la salle de bain et dégorger dans le lavabo une substance qui semble provenir de l'*Upside down*. Il revient dans la salle à manger, feignant bien se porter. Le spectateur comprend ainsi qu'il n'en est pas à sa première "crise". Entre la fin de la première saison et ce premier épisode, Will aurait eu donc plusieurs moments d'absence similaire. Nous complétons ici par notre imagination l'ellipse de la série entre les deux saisons. Cette dernière observation vient illustrer la thèse de Jean-Pierre Esquenazi : « L'incomplétude institue ainsi une dynamique où les propositions du texte et l'imagination du lecteur s'ingénient à compléter l'univers fictionnel. »<sup>160</sup>

Cependant, la complétion de cette ellipse semble aller au-delà les liens logiques que nous formons naturellement pour comprendre l'intrigue. Les communautés de fans se saisissent des "incomplétudes" de leur série de manière parfois particulièrement active. Pour la seconde saison de *Stranger Things* par exemple, ses créateurs, les frères Duffer, ont élaboré un teaser original. Il s'agissait d'une bande-annonce annonçant certains des titres d'épisodes de la saison 2. Les showrunners ont été impressionnés par la production qui s'en est suivie :

Certaines théories de fans sur Internet sont incroyables. La plupart sont fausses, mais [...] quelques-unes [...] sont vraies ou presque vraies. [...] Certaines personnes ont trouvé des réponses en se basant seulement sur les titres des chapitres. Certaines de ces théories sont élaborées et intelligentes. [Mais nous n'allons pas sur les forums], les gens nous envoient ce genre de choses.

<sup>161</sup>

---

<sup>159</sup> Cf. Annexe 2.

<sup>160</sup> Jean-Pierre Esquenazi, « Pouvoir des séries télévisées », *Communication* [En ligne], Vol. 32/1 | 2013, mis en ligne le 25 février 2014, consulté le 17 août 2018. URL : <http://journals.openedition.org/communication/4931> ; DOI : 10.4000/communication.4931

<sup>161</sup> Michael O'Connell, « The Duffer brothers are reading your *Stranger Things* Reddit theories », *Hollywoodreporter.com*, [disponible en ligne : <http://www.hollywoodreporter.com/live-feed/stranger-things->

Le *cliffhanger* permet dans ce contexte au mode d'immersion fictionnel de perdurer. Nous avons pu noter auparavant que les phénomènes de *binge watching* sur des plateformes de streaming permettaient aux auteurs de série de disposer du *cliffhanger* différemment. En effet, contrairement à une diffusion linéaire soumise aux coupures publicitaires, ceux-ci ne scindent plus un même épisode. Pour *Stranger Things* et *Skam France*, le *cliffhanger* s'agence différemment mais permet à cet état d'immersion de perdurer. La série Netflix de notre corpus dispose les *cliffhangers* les plus marqués en fin de chaque épisodes et surtout fin de saison. Si *Skam France* est aussi diffusée sur France 4, la durée de ses épisodes est trop courte pour être soumise à une coupure publicitaire. Les véritables *cliffhangers* se situent en fin des extraits diffusés en temps réel dans la semaine et clôturent l'épisode qui compile ces extraits en fin de semaine.

## **b) La série donne à voir l'intime des personnages**

La forme sérielle permet donc une forme de densification du récit. Le volume horaire de la série permet d'apporter des détails sur les personnages et leur environnement. C'est là également toute la force des séries TV selon Jean-Pierre Esquenazi : « C'est [...] en pénétrant l'intimité des personnages que l'univers fictionnel se développe et s'accroît [...] Rarement dans la vie réelle sommes-nous aussi exposés à l'intimité d'autrui.<sup>162</sup>»

En effet, la mise en scène de moments intimes dans les séries nous apporte des éclairages sur l'intrigue ou la personnalité des personnages. Dans la deuxième saison de *Stranger Things*, on voit Will dans le sous-sol qui est sa salle de jeu. En rangeant ses jouets, il pense à son amie Eleven, disparue dans la saison précédente.

---

season-2-duffer-937408], publié le 12/10/2016, consulté le 25/07/2018.

<sup>162</sup> Jean-Pierre Esquenazi, « Pouvoir des séries télévisées », *Communication* [En ligne], Vol. 32/1 | 2013, mis en ligne le 25 février 2014, consulté le 17 août 2018. URL : <http://journals.openedition.org/communication/4931> ; DOI : 10.4000/communication.4931

Assis sous sa cabane, il cherche à la contacter par le même moyen de communication que d'habitude<sup>163</sup>. Le spectateur découvre alors à quel point Eleven lui manque. Il s'agit ainsi d'un moment intime où il est seul, d'ailleurs la scène est interrompue par ses amis qui cherchent à le rejoindre.

De la même manière, nous pouvons être témoins de moments intimes entre les personnages d'Emma et Yann dans *Skam France*. Les premiers épisodes de la saison 1, donnent à voir des scènes de couple où ils sont tous les deux allongés sur le lit de Yann un week-end par exemple. Dans la deuxième saison, l'épisode 10 relate les moments où le personnage de Manon reste cloîtrée chez elle, en proie à une profonde dépression<sup>164</sup>. Les scènes de l'intime sont par ailleurs nombreuses dans *Skam France* en raison même du parti pris de la série. En effet, la série a pour principe de décrire les tracasseries et états d'âmes de jeunes adolescents. La trame narrative par ailleurs, organise chaque saison autour d'un personnage. Si le public a pu ainsi découvrir la personnalité d'Emma dans la première saison, c'est Manon qui lui est dévoilée dans la deuxième.

### **c) Renforcement de l'immersion fictionnelle grâce aux frontières poreuses entre réalité et fiction pour les personnages**

Cependant, les processus d'identification et de dévoilement de l'intime que mettent en place la fiction semblent renforcés dans le cas de ces récentes séries. *Stranger Things* et *Skam France* voient leur immersion fictionnelle prolongée sur les réseaux sociaux grâce à différents procédés. Pour *Skam France* nous avons pu voir qu'il s'agissait d'une stratégie de communication explicite, organisée par l'agence de production et communication Bigger Than Fiction. Cette stratégie est concrétisée par les réseaux sociaux fictifs des personnages que nous avons étudiés plus haut. Si la plateforme Netflix soigne sa communication sur les réseaux, nous constatons que pour *Stranger Things* le phénomène a pris une toute autre ampleur. En effet, face au succès foudroyant de la

---

<sup>163</sup> Raghava Daroori, « Stranger Things 02x01 - Mike trying to contact Eleven », *YouTube.com*, [disponible en ligne : <https://www.youtube.com/watch?v=OuwpYpY0HAc>], publié le 09/11/2017 consulté le 20/08/2018.

<sup>164</sup> France.tv/slash/ [en ligne]. Consultée le 21/07/2018. <URL :<https://www.france.tv/slash/skam-france/saison-2/500557-saison-2-episode-10-integral.html/>>.

série, ces jeunes acteurs sont devenus de véritables stars. Leur utilisation des réseaux sociaux et leurs apparitions médiatiques jouent parfois avec les codes de la série et floutent la frontière entre fiction et réel.

Nous nous pencherons ici plus particulièrement sur le cas du personnage d'Eleven jouée par Millie Bobby Brown. Dans la première saison de *Stranger Things*, Eleven est une petite fille mystérieuse et mutique au crâne rasée. Elle s'échappe du laboratoire où elle était prisonnière pour errer dans Hawkins. Le groupe d'enfants héros de la série vont tomber sur son chemin, l'héberger secrètement et devenir ami avec elle. Grâce à ses pouvoirs surnaturels, elle va combattre les forces obscures du monde parallèle de l'*Upside down*. Eleven est donc l'un des personnages principaux de la série. Par ses prises de paroles et ses apparitions médiatiques, l'actrice qui l'incarne contribue à rendre la limite entre fiction et réalité poreuse.

De cette manière, elle souhaite sur Twitter la fête des pères à l'acteur Matthew Modine qui joue dans la série son premier faux père d'adoption. Dans *Stranger Things*, il représente le chef du laboratoire qui torture Eleven et se construit auprès d'elle comme une sorte de figure paternelle. Le personnage se fait appeler "Papa" dans la série et Millie Bobby Brown brouille les frontières dans son tweet en utilisant le même terme :



Source : Le mémoire «*La nostalgie dans la série Stranger Things : Quand le passé des années 80 rencontre la modernité.* »<sup>165</sup>

<sup>165</sup> Suite à un scandale, l'actrice a supprimé son compte depuis. Elle ouvre un nouveau compte Twitter pour lutter contre le harcèlement sous le pseudo @Milliestopshate. La capture est issue du mémoire de Lucie Dachary, *La nostalgie dans la série Stranger Things : Quand le passé des années 80 rencontre la modernité* de 2017, Paris : CELSA, 2017.

Par ailleurs, nous pouvons apercevoir l'actrice revêtir le rôle d'Eleven pour rapper dans la vidéo d'ouverture de la cérémonie des Golden Globes en 2017.<sup>166</sup> Dans cet extrait parodique de *Stranger Things*, elle fait de nombreuses références et clins d'œil à la série. La vidéo joue également sur le phénomène autour du personnage de Barbara. De cette manière Eleven demande à l'audience de garder un secret : Barbara serait toujours en vie. Ce passage humoristique est suivi d'une chorégraphie du personnage de Barbara. L'actrice jouant Eleven avait déjà pu se faire remarquer pour ses talents de rappeuse lors de ses interventions dans émissions TV telles que *Jimmy Fallon The Tonight Show* (NBC). Si l'humour introduit ici une distanciation comique, nous constatons que le mouvement d'aller-retour entre la fiction et le monde réel du spectateur est bien présent. Nous pouvons alors affirmer que cette apparition se présente à sa manière comme une expansion de la narration autour de l'univers *Stranger Things*.

Cette expansion et circulation des univers de *Stranger Things* et *Skam France* nous évoquent l'affirmation de la chercheuse Marta Boni : « c'est aux frontières du système, dans les espaces de traduction avec l'extérieur, par leur nature hybride, que l'on peut identifier les territoires qui montrent que la série est un objet dynamique, en transformation. »<sup>167</sup> Nous avons pu voir précédemment que notre corpus héritait d'étapes historiques, d'un marché audiovisuel mais aussi de règles dramaturgiques qu'il actualisait à sa manière. Ces premières observations nous ont conduites à valider en partie notre première hypothèse. En effet, celle-ci supposait que certains éléments de la narration restaient pérennes même si ces séries étaient représentatives des évolutions du marché audiovisuel.

L'expansion de la narration telle que décrite plus haute interroge cependant la validation de notre hypothèse. Si des procédés narratifs et des codes dramaturgiques demeurent, l'expansion de la narration sur d'autres plateformes médiatiques n'est-elle pas représentative d'une évolution du récit de série TV ? La dynamique entre monde réel

---

<sup>166</sup> Nicocrack742, « Jimmy Fallon Open Theme For Golden Globes 2017 Stranger Things Cast | BARB IS STILL ALIVE (vidéo) », [disponible en ligne : <https://www.youtube.com/watch?v=ZtHIEXRZGW4>], publié le 11/01/2017, consulté le 20/08/2018.

<sup>167</sup> Marta Boni, « Mondes séries et complexité », *Écrans*, 2015 – 2, n° 4 L'analyse des séries télévisées, 2015, p.55 - p.68. p.59.

et fictif organisée par la réception du spectateur contribue à la densification du récit. Au-delà de l'audience, nous avons pu constater que les acteurs et les stratégies de communication de ces séries s'investissaient également dans le décuplement de cette immersion fictionnelle. Pour toutes ces raisons, notre troisième partie étudiera ici une acception plus large du récit sériel à travers le concept de sérialité. Nous nous proposons d'analyser en quoi cette notion permet d'appréhender des formes innovantes de narration et participe au développement de des univers de séries TV.

### III) La sérialité comme extension de l'immersion fictionnelle

Les remarques de notre analyse mettent en exergue une hybridation de la narration des séries TV. Finalement, celle-ci s'avère être protéiforme, élargissant son univers par les différentes circulations médiatiques qu'elle opère. Ces constats nous amènent à envisager le concept de la sérialité, tel qu'il est décrit par le professeur Matthieu Letourneux dans son ouvrage *Fiction à la chaîne: littératures sérielles et culture médiatique*.<sup>168</sup>

Il y définit la sérialité comme : «Toute œuvre qui, a un des lieux de la communication, chez les auteurs, c'est-à-dire les producteurs ou les éditeurs, ou chez les récepteurs, c'est-à-dire les lecteurs, suppose que l'appréhension de l'œuvre soit médiatisée par un ensemble beaucoup plus larges d'œuvres.<sup>169</sup>» Pour lui la sérialité devient alors un concept dépassant une œuvre unique. La littérature de genre par exemple est aussi à appréhender comme une forme de sérialité par la mobilisation des codes qu'elle invoque. Ainsi pour comprendre et glaner des indices dans un roman policier ou un livre de littérature sentimentale, nous convoquons les manières de lire que nous avons éprouvées au sein d'autres livres du même genre. Nous saurons alors que dans le cas du roman policier une enquête est à résoudre, ou que dans le roman sentimental la dispute n'empêche pas la réunion du couple. La lecture sérielle est donc aussi permise par la recherche d'indices qu'elle implique.

Pour Matthieu Letourneux, la littérature de genre est une donc littérature sérielle, tout comme celle où les personnages sont récurrents. Les films de *Star Wars* qui se passent dans un même univers d'un épisode à l'autre sont aussi sériels. Les personnages déclinés à la radio, à la télévision ou encore les produits dérivés n'échappent pas à la règle. Selon sa thèse tous ces objets sont des réalités sérielles. Dès lors que l'on aime un objet, l'investissement affectif peut se décliner sur plusieurs supports pour Matthieu

---

<sup>168</sup> Nicolas Berger, Olivier Bétard. Matthieu Letourneux, *Fictions à la chaîne : littératures sérielles et culture médiatique* [enregistrement audio] [en ligne], 05/01/2018, France Culture. Disponible sur : <<https://www.franceculture.fr/emissions/les-chemins-de-la-philosophie/matthieu-letourneux-fictions-a-la-chaîne-littératures-sérielles-et-culture-médiatique>> (Consulté le 22/01/2018).

<sup>169</sup> Idem, 8'44 à 10'43.

Letourneux. L'unité de l'œuvre se situerait donc dans un ensemble transcendant, le tout formé par l'ensemble des œuvres qui la constituent. Il affirme que son concept la sérialité rejoint l'architexte défini par Gérard Genette, c'est-à-dire l'ensemble des modes du texte (et ici les séries) relèvent : le genre, les personnages récurrents et le monde de la fiction par exemple.

Dans ce contexte les produits dérivés de séries de notre corpus et leur stratégie de marketing digital font aussi partie à leur manière de la narration de la série. Pour *Stranger Things*, Netflix a mis en place une campagne digitale permettant de s'immerger davantage dans l'univers de la série. Quelques heures avant le lancement de celle-ci, un jeu vidéo permettait d'en découvrir l'univers. Une vidéo en réalité virtuelle sur YouTube<sup>170</sup> permettant de se plonger dans l'un des décors emblématiques de la série ou un générateur de GIFs<sup>171</sup> font partie des autres dispositifs originaux et immersifs que Netflix a pu mettre en place.

Pour *Skam France* nous avons pu étudier l'impact des comptes fictifs Instagram dans le lien avec les fans et le prolongement de l'immersion fictionnelle. Il faut également préciser que pour la version norvégienne, le service public n'avait fait aucune communication quant au lancement de la série ni à la diffusion des épisodes. C'est le bouche-à-oreille qui a répandu la consommation de *Skam* et a instauré sa communauté. Nous notons alors ici que la communauté de fans de la franchise *Skam* est historiquement très active. Chaque adaptations de la série, dont *Skam France* fait partie, développe et renouvelle cette communauté.

La sérialité énoncée de cette manière nous permet alors d'appréhender l'ensemble des narrations que nous avons pu étudier dans notre troisième partie. Nous avons pu voir avec les exemples de *Skam France* et *Stranger Things* qu'au-delà de la série elle-même, sa déclinaison sur les réseaux sociaux génère un investissement affectif

---

<sup>170</sup> Julia Robillard, « Retour sur la campagne réussie de Netflix autour de la série *Stranger Things* », *Powertrafic.fr*, [disponible en ligne : <https://www.powertrafic.fr/campagne-digitale-netflix-stranger-things/>], publié le 07/11/2016, consulté le 20/08/2018.

<sup>171</sup> Arnaud Hacquin, « Un générateur de GIF angoissant pour la série *Stranger Things* », *RabbitHole.fr*, [disponible en ligne : <http://www.therabbitHole.fr/tele/promo-transmedia/un-generateur-de-gif-angoissant-pour-la-serie-stranger-things/>], publié le 02/08/2016, consulté le 20/08/2018.

de la part des spectateurs. La circulation de ces séries dans les communautés de fans donne également lieu à de nouvelles discussions mais aussi à une production foisonnante de créations. Les fans iront jusqu'à produire leurs propres productions à travers la création de mèmes, de fan-fiction ou de vidéos de montage. Il s'agit aussi parfois de produits dérivés<sup>172</sup>. On trouve donc la confirmation de la thèse d'Henry Jenkins concernant l'appropriation de l'univers sériels par les fans. Ils attirent l'univers fictionnel vers leur propre réalité, multiplient les lectures et les réinterprétations de la série puis réinsèrent ces dernières dans la vie sociale au moyen d'échanges. Les fans deviennent « des bricoleurs textuels.<sup>173</sup>»

Ces mouvements dynamiques parfois reviennent s'insérer dans les séries. De cette manière, un dessin de fan repéré sur Instagram par la créatrice originale Julie Andem intègre sa mise en scène dans un épisode de la saison 4 de *Skam*<sup>174</sup>. L'émotion des fans de *Stranger Things* concernant le destin tragique de Barbara a aussi amené les créateurs de la série à accentuer son deuil dans l'intrigue de la seconde saison.<sup>175</sup>

La narration sérielle se réfère donc à sa propre histoire et à ses propres codes de genres, utilisant également les règles préétablies de la dramaturgie. Mais elle semble innover et développer ses forces créatives dans son dialogue avec le public. Ces mouvements d'aller-retours entre réception, fictions et réalités organisent une expansion de l'immersion fictionnelle mais aussi de l'univers des séries TV.

---

<sup>172</sup> Florian Ques, « 7 objets immanquables pour remonter la pente après la fin de Skam », *Konbini.com*, [disponible en ligne : <http://biiinge.konbini.com/series/need-7-objets-immanquables-fans-skam/>], publié en 2017, consulté le 20/08/2018.

<sup>173</sup> Henry Jenkins, *Textual Poachers*, Londres, Routledge, 1992, p.27.

<sup>174</sup> James Wilson-Taylor, « This SKAM Fan Art Was So Good They Turned It Into An Actual Scene In The Show », *Popbuzz.com*, [disponible en ligne : <https://www.popbuzz.com/tv-film/news/skam-fan-art-scene-season-4/>], consulté le 20/08/2018.

<sup>175</sup> Kristen Stegemoeller, « *Stranger Things* Creators Promise Justice For Barb », *Papermag.com*, [disponible en ligne : <http://www.papermag.com/stranger-things-duffer-brothers-promise-justice-for-barb-1981504140.html>], publié le 21/08/2016, consulté le 20/08/2018.

## Conclusion

Finalement, ce travail de recherche nous a permis de tracer les contours d'une réponse aux affirmations de François Jost dans notre introduction. En effet, ce dernier affirmait que la série TV prenait aujourd'hui plutôt la forme d'un long-métrage. L'étude de nos trois hypothèses nous permettent cependant d'affirmer que loin d'être un long-métrage. La série a des caractéristiques propres qu'elle est capable de renouveler sans perdre ce qui fait sa valeur intrinsèque.

Cette dernière affirmation semble avoir été très tôt comprise aux Etats-Unis. Dès les débuts de la télévision, le marché audiovisuel américain a exploité le potentiel narratif et économique de la série TV. La profusion de productions et d'expérimentations a pu permettre aux producteurs et créateurs de séries américaines de développer un vrai savoir-faire. En France, la série TV a pu être une forme de narration déconsidérée, envisagée comme un produit inférieur au cinéma. L'étude des étapes historiques de sa création en France a mis en exergue le refus, dans un premier temps, de se pencher sur sa grammaire narrative spécifique. Ces étapes historiques soulignent que cette vision de la série s'est concrétisée de manière structurelle. Les prises de position de l'Etat, fortement impliqué en France dans l'audiovisuel, ont contribué à la subordination de la télévision au cinéma et à éloigner les diffuseurs d'activités de production.

Face à la concurrence des productions anglo-saxonnes puis à la résurgence d'un intérêt pour cet art télévisuel du récit, le marché de la création de série en France s'est confronté à ses propres limites. Ces limites prennent la forme d'une absence de l'industrialisation de l'écriture mais surtout, d'une valorisation financière insuffisante de la condition d'auteur. Le statut précaire de ces derniers illustre un paradoxe. La production de contenus constitue aujourd'hui le nerf de la guerre et les scénaristes sont à l'origine même des histoires qui doivent conquérir les marchés internationaux. Pourtant en France seuls quelques élus profitent du statut de *showrunner* star tandis que beaucoup s'alarment de la précarisation de leur métier.

Les scénaristes ne sont pas les seuls acteurs dont situation la actuelle cristallise ces difficultés antécédentes. Elle l'est également pour les diffuseurs, confrontés à un marché local et international hyperconcurrentiel. Les diffuseurs traditionnels doivent faire face à plusieurs dynamiques ; le vieillissement de leur audience, la baisse de leur consommation en linéaire et surtout l'arrivée de nouveaux acteurs. Ces derniers s'appellent Netflix ou réunissent les géants de la technologie américaine sous le sigle de GAFA. Leurs moyens financiers sont colossaux et leur portée internationale. Pour faire face, les diffuseurs de différents pays se regroupent à l'échelle nationale et européenne pour tenter de réfléchir ensemble à des projets de fiction.

Mais pourquoi est-ce la série TV qui vient en priorité à l'esprit des dirigeants de rassemblements comme Nordic 12 ou de l'Alliance ? Quelles sont les spécificités de cette narration qui en font un fer de lance si stratégique ? Nous avons pu confirmer ce caractère stratégique par la validation dans un premier temps de notre première hypothèse ; la série TV est intimement liée au contexte audiovisuel dans lequel elle s'inscrit. Si les diffuseurs veulent s'en saisir c'est parce que la série TV comporte une capacité à réunir et tenir en haleine des publics sur une plateforme. Les pratiques de *binge watching* ou *speed watching* en sont une preuve. Alors même que d'autres épices de la création de séries TV émergent dans le monde comme en Turquie ou en Amérique latine, nous nous sommes penchés sur des contenus et des problématiques de marché audiovisuel occidentaux. Ce travail de recherche a pu alors étudier la série Netflix *Stranger Things* et l'adaptation du phénomène norvégien, *Skam France*.

Si les séries sont intimement liées aux logiques du marché audiovisuel, elles entretiennent une autre relation intime, cette fois avec le spectateur. En effet, la série se fait une place progressive d'abord dans le foyer de ce dernier. Historiquement, les téléviseurs sur lesquels elle est diffusée pénètrent les pièces communes des maisons. Aujourd'hui, consommable sur différents écrans, d'ordinateurs ou encore de téléphones, la série est au plus près du téléspectateur qui peut la visionner n'importe où. Mais au-delà de cette intimité physique, la série TV parle au monde intérieur de celui qui la

regarde. Elle lui renvoie une fresque de la société dans laquelle il vit ou rappelle par ses personnages un vécu similaire.

Ce qui touche le spectateur c'est aussi l'intimité qui se dévoile à lui dans ces narrations sérielles. Il peut y apercevoir une Barbara esseulée dans *Stranger Things*, assise sur le rebord de la piscine, en pleine introspection, alors qu'elle attend loyalement sa meilleure amie. L'attente se solde par une fin tragique, Barbara est emportée par les forces surnaturelles de l'*Upside down*. Les spectateurs ne croient pas à l'existence de ce monde parallèle mais ils sont touchés par ce personnage d'amie fidèle. Ils lui consacrent alors de nombreux hommages et le deuil fait tellement parler de lui que Barbara est ressuscitée pour une vidéo promotionnelle des Golden Awards<sup>176</sup>.

Une dynamique d'aller-retours entre fiction et réalité, récepteur et fiction s'organise alors. La douleur de Barbara est assez vraisemblable et crédible pour alimenter les conversations de la vie réelle. Cette circulation conversationnelle, notamment sur les réseaux, aboutit à différentes micro-fictions. Elles sont issues des utilisateurs fans d'abord, puis de différents émetteurs de contenus qui alimentent cette production. En quelque sorte, Barbara est bien ressuscitée, mais sous une autre forme.

Cette forme semble prolonger la fiction et l'immersion dans son monde à travers le concept de sérialité. Cette notion telle que définie par Matthieu Letourneux nous permet d'élaborer une jonction entre nos deux dernières hypothèses. Certes, la série TV emprunte bien à des genres et des codes narratifs, des structures dramatiques antécédents. Mais elle se renouvelle, s'enrichit et même se réaffirme à travers ses différentes déclinaisons. Elle se réaffirme à travers la densification des caractéristiques qui la définissent. La série TV est définie par une forme de répétition, d'occurrence à chacun de ses épisodes. Son étendue en temps permet de broser plus finement les portraits de ses personnages, de donner des éléments sur les interactions et les environnements qui les entourent. Au fur et à mesure des épisodes, le monde fictionnel de la série s'enrichit.

---

<sup>176</sup> Nicocrack742, « Jimmy Fallon Open Theme For Golden Globes 2017 Stranger Things Cast | BARB IS STILL ALIVE (vidéo) », [disponible en ligne : <https://www.youtube.com/watch?v=ZtHlEXRGZW4>], publié le 11/01/2017, consulté le 20/08/2018.

Les mêmes éléments qui semblaient alors marquer une forme de stabilité de la narration vont lui permettre de s'étendre. Notre étude démontre que la série se fait miroir de son époque, réactualise des genres et des structures dramaturgiques préexistants. Ces différents éléments ne présentent pas en soi des narrations innovantes, même si chaque série les applique à sa manière.

Mais par la référence à d'autres genres et d'autres codes, la série TV réactualise d'autres productions sérielles et invoque elle-même une forme de sérialité. Elle développe ainsi les occurrences, les répétitions. Son unité est formée par l'ensemble de ces productions.

Contrairement à ce que François Jost affirme, la série n'est donc pas un long-métrage. Elle possède ses propres codes et modes de narration. Si elle a pu monter en gamme, c'est parce qu'un savoir-faire de la création de série TV s'est développé. C'est également la demande du public et les exigences du marché qui ont entraîné cette hausse qualitative. Jean-Pierre Esquenazi affirme que « la vie d'une série ne meurt jamais, au-delà des rediffusions ou de la distribution en DVD ou autre, c'est aussi la communauté de fan qui fait vivre la série au-delà de sa diffusion<sup>177</sup>». Étrangement, Esquenazi semble en partie rejoindre Jost et fait cette déclaration dans un livre intitulé *Les séries télévisées ? L'avenir du cinéma*.

Effectivement, la vie de la série ne semble jamais mourir. Son univers se développe et s'enrichit grâce à sa circulation à travers différentes plateformes. Ces différentes médiatisations s'accompagnent de conversations qui continuent de faire vivre la série. La série n'est donc pas un long-métrage, elle est une longue sérialité.

---

<sup>177</sup> Pierre Esquenazi, *Les séries télévisées ? L'avenir du cinéma*, Armand Collin, 2014, p.184.

## Filmographie

### Corpus

*Skam France* (FranceTV Slash, 2018-aujourd'hui)

*Stranger Things* (Netflix, 2016-aujourd'hui)

### Séries

*Alfred Hitchcock presents* (CBS, 1955-1962)

*Aventures de Télévisius* (RTF Télévision, 1949-1953)

*Belle et Sébastien* (1965-1970)

*Breaking Bad* (AMC, 2008-2013)

*Châteauvallon* (Antenne 2, 1985)

*Clair de Lune* (ABC, 1985-1989)

*Cold case* (CBS, 2003-2008)

*Dallas* (CBS, 1978-1991)

*Dix pour cent* (France 2, 2015- aujourd'hui)

*Dr House* (Fox, 2004-2012)

*Engrenages* (2005)

*Fantômas* (1913)

*FBI: Portés disparus* (CBS, 2002-2009)

*Games of Thrones* (HBO, 2011-aujourd'hui)

*Hill Street Blues* (1984)

*House of Cards* (Netflix, 2013-aujourd'hui)

*I Love Lucy* (1950)

*Ivanhoé* (1958-1959)

*Janique Aimée* (1963)

*La Quatrième Dimension* (CBS, 1959-1964)

*Le Bureau des légendes* (depuis 2005)

*Les Brigades du Tigre* (1974-1983)

*Les Chevaliers du ciel* (1967-1970)

*Les Nouvelles Aventures de Vidocq* (1971-1973)

*Les Revenants* (2012-2015)

*Les Simpson* (Fox, 1989-aujourd'hui)

*Maison close* (2010-2013)

*Michel Strogoff* (1975)

*Navarro* (TF1, 1989-2007)

*NCIS: New Orleans* (CBS, 2014-aujourd'hui)

*Oz* (HBO, 1997-2003)

*Plus Belle La Vie* (France 3, 2004-aujourd'hui)

*Quentin Durward* (1971)

*Riviera* (TF1, 1991-1992)

*Sex and the City* (HBO, 1998-2004)

*South Park* (Comedy Central, diffusée depuis 1997)

*Sur écoute* (HBO, 2002-2008)

*Texaco Star Theater* (1950)

*The Crown* (Netflix, 2016-aujourd'hui)  
*The Mentalist* (CBS, 2008-2015)  
*The Sopranos* (HBO, 1999-2007)  
*Un gars, une fille* (France 2, 1999-2003)  
*Un village français* (France 3, 2009-2017)  
*Vive la vie* (1966-1970)  
*Weeds* (Showtime, 2005-2012)  
*Zorro* (ABC, 1957-1959)

## Films

*Alien* (1979)  
*E.T* (1982)  
*Jumanji : Bienvenue dans la jungle* (2017)  
*Rencontres d'un troisième type* (1977)  
*The Breakfast Club* (1985)

## Bibliographie

### Livres

AHL, Nils.C et FAU, Benjamin. *Dictionnaire des séries télévisées*, Philippe Rey, 2016.  
ARISTOTE, *Poétique*, Paris, LGF, coll. « Livres de poche », 1990.  
BOUTANT, Adrienne et SAUVAGE, Célia. *Les teen movies*, Paris, Vrin, 2011.  
BOUTET, Marjolaine. *Les séries télé pour les nuls*, Paris, Editions First, 2009.  
CAMPBELL, Joseph. *Le Héros aux mille et un visages*, Robert Laffont, Paris, 1977.  
DANTO, Arthur. « La philosophie comme / et la / de la littérature » dans *L'assujettissement philosophique de l'art*, traduit de l'américain par Claude-Harry Schaeffer, Paris, Seuil, 1986.  
ESQUENAZI, Pierre, *Les séries télévisées ? L'avenir du cinéma*. Armand Collin.2014.  
GITLIN, Todd. *Inside Prime Time*, New York, Pantheon, 1983.  
JENKINS, Henry. *Textual Poachers*, Londres, Routledge, 1992.  
LAVANDIER, Yves. *La dramaturgie, l'art du récit*, Mayenne, Editions Le Clown et l'Enfant, 2017.  
PROPP, Vladimir. *Morphologie du conte*, Seuil, Paris, 1995.  
SAUVAGE, Monique et VEYRAT-MASSON, Isabelle. *Histoire de la télévision française*, Paris, Nouveau Monde, coll. « Poche Histoire », 2012.  
SCHAEFFER, Jean-Marie. *Pourquoi la fiction ?*, Paris, Seuil, 1999.  
SEPULCHRE (dir.), Sarah. *Décoder les séries télévisées*, Bruxelles, De Boeck Supérieur, coll. « Info&Com », 2017.  
VOGLER, Christopher. *Le guide du scénariste, la force d'inspiration des mythes pour l'écriture cinématographique et romanesque*, Dixit, Paris, 1998.

ZIEMNAK, Pierre. *Exception française, de Vidocq au Bureau des légendes 60 ans de séries*, Paris, Éditions Vendémiaire, coll. « L'univers des séries », 2017.

## Rapports

BESSION, Nicolas, DANARD, Benoît, JEANNEAU, Caroline. « *La diffusion de la fiction à la télévision en 2010* », *Cnc.fr*, [disponible en ligne : [https://www.cnc.fr/professionnels/etudes-et-rapports/etudes-prospectives/la-diffusion-de-la-fiction-a-la-television-en-2010\\_208579](https://www.cnc.fr/professionnels/etudes-et-rapports/etudes-prospectives/la-diffusion-de-la-fiction-a-la-television-en-2010_208579)], publié le 15/04/2011, consulté le 06/05/2018.

CHEVALIER, Pierre, PIALAT, Sylvie, PHILIPPON, Franck. « Fiction française, défi de l'écriture et du développement - Rapport de la mission Chevalier », *Km-studio.net*, [disponible en ligne : [http://www.km-studio.net/clienti/100autori.it/usr\\_files/documenti/pdf\\_899865.pdf](http://www.km-studio.net/clienti/100autori.it/usr_files/documenti/pdf_899865.pdf)], publié en mars 2011, consulté le 04/07/2018.

CSA, « Les audiences de la fiction dans les grands pays européens en 2011 », *Csa.fr*, [disponible en ligne : <https://www.csa.fr/Informer/Collections-du-CSA/Thema-Toutes-les-etudes-realisees-ou-co-realisees-par-le-CSA-sur-des-themes-specifiques/Les-etudes-du-CSA/Les-audiences-de-la-fiction-dans-les-grands-pays-europeens-en-2011>], publié le 09/12/2010, Consulté le 06/05/2018.

Direction des études, des affaires économiques et de la prospective, « L'évolution de la production des séries américaines », *Csa.fr*, [disponible en ligne : <https://www.csa.fr/Informer/Collections-du-CSA/Thema-Toutes-les-etudes-realisees-ou-co-realisees-par-le-CSA-sur-des-themes-specifiques/Les-autres-etudes/L-evolution-de-la-production-des-series-americaines>], publié en octobre 2016, consulté le 21/07/2018.

SACD, « OPCA fiction 2016 - Les auteurs bénéficient-ils du succès de la fiction française ? », *Sacd.fr*, [disponible en ligne : [https://www.sacd.fr/sites/default/files/opca\\_2016\\_synthese.pdf](https://www.sacd.fr/sites/default/files/opca_2016_synthese.pdf)], publié le 12/09/2016, consulté le 21/07/2018.

SACD, « La fiction TV à l'ère industrielle : Quel avenir pour les scénaristes ? », [disponible en ligne : [https://www.sacd.fr/sites/default/files/opca\\_2012\\_dossier\\_presse.pdf](https://www.sacd.fr/sites/default/files/opca_2012_dossier_presse.pdf)], publié le 11/09/2012, consulté le 21/07/2018.

## Travail de recherche

DACHARY, Lucie. La nostalgie dans la série *Stranger Things* : Quand le passé des années 80 rencontre la modernité de 2017, Paris : CELSA, 2017.

### Articles de revue

« La révolution du streaming », *Courrier International*, n°1424 du 15 au 21 février 2018,

« Le mercato des talents », *Courrier International*, n°1424 du 15 au 21 février 2018.

BONI, Marta. « Mondes séries et complexité », *Écrans*, 2015 – 2, n° 4 L'analyse des séries télévisées, 2015, p.55 - p.68.

CANDEL, Etienne et GOMEZ-MEJIA, Gustavo. « Le bouton *like* : poétique du clic, vertige des discours », *Semen* [En ligne], 42 | 2017, mis en ligne le 25 août 2017, consulté le 22 août 2018. URL : <http://journals.openedition.org/semen/10623>

ESQUENAZI, Jean-Pierre. « Pouvoir des séries télévisées », *Communication* [En ligne], Vol. 32/1 | 2013, mis en ligne le 25 février 2014, consulté le 17 août 2018. URL : <http://journals.openedition.org/communication/4931> ; DOI : 10.4000/communication.4931

PREDAL, René. « L'idée et l'image, la politique des auteurs » in René Predal (dir.), *Les scénaristes de télévision*, Condé-sur-Noireau, Corlet-Télérama, coll. « CinémAction TV2 », 1992, p.12-p.26.

### Vidéos

DAROORI, Raghava. « Stranger Things 02x01 - Mike trying to contact Eleven », *YouTube.com*, [disponible en ligne : <https://www.youtube.com/watch?v=OuwpYpY0HAc>], publié le 09/11/2017 consulté le 20/08/2018.

Nicocrack742, « Jimmy Fallon Open Theme For Golden Globes 2017 Stranger Things Cast | BARB IS STILL ALIVE (vidéo) », [disponible en ligne : <https://www.youtube.com/watch?v=ZtHIEXRZW4>], publié le 11/01/2017, consulté le 20/08/2018.

WALKER RETTBERG, Jill. « A Narrative Analysis of the Use of Social Media in SKAM (vidéo) », *YouTube.com*, [disponible en ligne : <https://www.youtube.com/watch?v=pXiVP-x91xo>], publié le 18/11/2017, consulté le 07/08/2018.

### Audio

BERGER, Nicolas, BETARD, Olivier, LETOURNEUX, Matthieu. Fictions à la chaîne : littératures sérielles et culture médiatique [enregistrement audio] [en ligne], 05/01/2018, France Culture. Disponible sur : <https://www.franceculture.fr/emissions/les-chemins-de-la-philosophie/matthieu-letourneux-fictions-a-la-chaine-litteratures-serielles-et-culture-mediatique> (Consulté le 22/01/2018).

GARRIGOU-LAGRANGE, Mathieu et MILLET, Laurence. « David Simon 4/4 : La série : un récit ? Un langage ? ». *La Compagnie des auteurs*. France Culture. 25 janvier 2018.

LBS Podcasts. "Nerdist Podcast: Duffer Brothers". Vidéo-interview. YouTube. YouTube. Web. 25 octobre 2017.

### Articles en ligne

« Netflix Orders Mystery Series 'Montauk' » [site en ligne]. The Hollywood Reporter. Disponible sur : <https://www.hollywoodreporter.com/live-feed/netflix-orders-mystery-series-montauk-786027> [consulté le 10 mars 2018]

« Netflix's history: From DVD rentals to streaming success », *Bbc.co.uk*, [disponible en ligne : <http://www.bbc.co.uk/newsbeat/article/42787047/netflixs-history-from-dvd-rentals-to-streaming-success>], publié le 23/01/2018, consulté le 01/08/2018.

AFP, « Instagram lance IGTV, une plateforme de vidéos longues pour concurrencer YouTube », *Libération.fr*, [disponible en ligne : [http://www.liberation.fr/planete/2018/06/21/instagram-lance-igtv-une-plateforme-de-vidéos-longues-pour-concurrencer-youtube\\_1660812](http://www.liberation.fr/planete/2018/06/21/instagram-lance-igtv-une-plateforme-de-vidéos-longues-pour-concurrencer-youtube_1660812)], publié le 21/06/2018, consulté le 30/06/2018.

AUDRERIE, Sabine. « Réformes sociales et fiscales, les auteurs inquiets et en colère », [disponible en ligne : <https://www.la-croix.com/Culture/Reformes-sociales-fiscales-auteurs-inquiets-colere-2018-06-21-1200949162>], publié le 21/06/2018, consulté le 21/07/2018.

BESSE, Lorraine. « "It's not TV, it's HBO" : histoire d'une chaîne sans complexes » [site en ligne]. Biinge.konbini.com. Disponible sur : <http://biinge.konbini.com/series/its-not-tv-its-hbo-histoire-dune-chaîne-sans-complexes/> [consulté le 1<sup>er</sup> juillet 2018]

BIRCKER, Tierney. « TV's Top Couple 2017 Has a Winner and They're Thanking "the Coolest Fanbase on Earth" », *Eonline.com*, [disponible en ligne : <https://www.eonline.com/news/834591/tv-s-top-couple-2017-has-a-winner-and-they-re-thanking-the-coolest-fanbase-on-earth>], publié le 08/03/2017, consulté le 20/08/2018.

CADOT, Julien. « Netflix teste de la publicité entre les épisodes d'une série (et déclenche la colère des internautes) », *Numerama.fr*, [disponible en ligne : <https://www.numerama.com/pop-culture/409015-netflix-teste-de-la-publicite-entre-les-episodes-dune-serie-et-declenche-la-colere-des-internautes.html>] publié le 20/08/2018, consulté le 20/08/2018.

CARIO, Erwan et LEFILLIATRE, Jérôme. « Les géants du Net font des vidéos », *Libération.fr*, [disponible en ligne : [http://www.liberation.fr/futurs/2017/09/28/les-geants-du-net-font-des-vidéos\\_1599633](http://www.liberation.fr/futurs/2017/09/28/les-geants-du-net-font-des-vidéos_1599633)], publié le 28/09/2017, consulté le 02/08/2018.

CHALLENGES, « TF1 acquiert la totalité de Newen Studios », Challenges.fr [disponible en ligne : [https://www.challenges.fr/media/audiovisuel/tf1-acquiert-la-totalite-de-newen-studios\\_578803](https://www.challenges.fr/media/audiovisuel/tf1-acquiert-la-totalite-de-newen-studios_578803)], publié le 05/04/2018, consulté le 10/08/2018.

DAGORN, Gary. « Disney devient le plus puissant studio de cinéma à Hollywood », *Lemonde.fr*, [disponible en ligne : [https://www.lemonde.fr/les-decodeurs/article/2017/12/16/disney-devient-le-plus-puissant-studio-de-cinema-a-hollywood\\_5230680\\_4355770.html](https://www.lemonde.fr/les-decodeurs/article/2017/12/16/disney-devient-le-plus-puissant-studio-de-cinema-a-hollywood_5230680_4355770.html)], publié le 16/12/2017, consulté le 02/08/2018.

DECANT, Charles. « Salto : Face à Netflix, TF1, France Télé et M6 s'unissent pour un nouveau service de streaming », *Ozap.com*, [disponible en ligne : <http://www.ozap.com/actu/salto-face-a-netflix-tf1-france-tele-et-m6-s-unissent-pour-un-nouveau-service-de-streaming/561168>], publié le 15/06/2018, consulté le 16/06/2018.

DELAHAYE, Martine. « Radio : David Simon, un infiltré au cœur du crime », *Lemonde.fr*, [disponible en ligne : [https://abonnes.lemonde.fr/televisions-radio/article/2017/10/28/radio-david-simon-un-infiltre-au-c-ur-du-crime\\_5207092\\_1655027.html?](https://abonnes.lemonde.fr/televisions-radio/article/2017/10/28/radio-david-simon-un-infiltre-au-c-ur-du-crime_5207092_1655027.html?)], publié le 28/10/2017, consulté le 01/07/2018.

DONADIO, Rachel. « Will 'Skam,' a Norwegian Hit, Translate? », *Nytimes.com*, [disponible en ligne : <https://www.nytimes.com/2016/12/09/arts/television/will-skam-a-norwegian-hit-translate.html>], publié le 09/12/2016, consulté le 10/07/2018.

DURAND, Corentin. «Skam, sur France TV Slash : une série « au cœur des usages de la génération numérique », *Numerama.com*, [disponible en ligne : <https://www.numerama.com/pop-culture/327579-skam-sur-france-tv-slash-une-serie-au-coeur-des-usages-de-la-generation-numerique.html>], publié le 07/02/2018.

DYLAN, Lady. « Je veux comprendre... le slut-shaming », *Madmoizelle.com*, [disponible en ligne : <http://www.madmoizelle.com/slut-shaming-115244>], publié le 28/02/2017, consulté le 01/08/2018.

FRANCE TV PRO, «France Télévisions, la RAI et la ZDF lancent l'Alliance », *francetvpro.fr* [disponible en ligne : <https://www.francetvpro.fr/institutionnel/communiqués-de-presse/13743972>], publié le 03/05/2018, consulté à la même date.

GARRIGOS, Raphaël et ROBERTS, Isabelle. « La Fémis : "Les séries, un genre qui produit des œuvres"», *Libération.fr*, [disponible en ligne : [http://www.liberation.fr/eclairs/2013/03/22/la-femis-les-series-un-genre-qui-produit-des-oeuvres\\_959898](http://www.liberation.fr/eclairs/2013/03/22/la-femis-les-series-un-genre-qui-produit-des-oeuvres_959898)], publié le 22/03/2013, consulté le 15/07/2018.

GUADALUPE, Florian. « Watch : Facebook lance sa plateforme de vidéos le 21 septembre en France », *Ozap.com*, [disponible en ligne : <http://www.ozap.com/actu/watch-facebook-lance-sa-plateforme-de-vidéos-le-21-septembre-en-france/565688>], publié le 29/08/2018, consulté le 29/08/2018.

GUEDJ, Philippe. « Avec Le Seigneur des anneaux, Amazon peut renverser Netflix », *Lepoint.fr*, [disponible en ligne : [http://www.lepoint.fr/pop-culture/series/avec-le-seigneur-des-anneaux-amazon-peut-renverser-netflix-27-11-2017-2175367\\_2957.php](http://www.lepoint.fr/pop-culture/series/avec-le-seigneur-des-anneaux-amazon-peut-renverser-netflix-27-11-2017-2175367_2957.php)], publié le 28/11/2017, consulté le 02/08/2018.

HACQUIN, Arnaud. « Un générateur de GIF angoissant pour la série Stranger Things », *Rabbithole.fr*, [disponible en ligne : <http://www.therabbithole.fr/tele/promo-transmedia/un-generateur-de-gif-angoissant-pour-la-serie-stranger-things/>], publié le 02/08/2016, consulté le 20/08/2018.

HIVERT, Anne-Françoise. « Face à Netflix, l'audiovisuel public nordique fait front », *Lemonde.fr*, [disponible en ligne : [https://abonnes.lemonde.fr/economie/article/2018/04/28/face-a-netflix-l-audiovisuel-public-nordique-fait-front\\_5291944\\_3234.html](https://abonnes.lemonde.fr/economie/article/2018/04/28/face-a-netflix-l-audiovisuel-public-nordique-fait-front_5291944_3234.html)], publié le 28/04/2018, consulté le 15/08/2018.

LANGLAIS, Pierre. « *Skam France*, remake un peu sage mais attachant du carton ado norvégien », *Telerama.fr*, [disponible en ligne : <https://www.telerama.fr/series-tv/skam-france,-remake-un-peu-sage-mais-attachant-du-carton-ado-norvegien,n5469926.php>], publié le 07/02/2018, consulté le 13/06/2018.

LANGLAIS, Pierre. « Réalisateur, scénariste: chacun sa place », *Slate.fr*, [disponible en ligne : <http://www.slate.fr/story/38579/series-television-place-realisateur-scenaristes>], publié le 24/05/2011, consulté le 02/03/2018.

MAROUN, Nathalie. « Philosopher avec les séries télévisées », *Fabula.org*, [disponible en ligne : [https://www.fabula.org/actualites/philosopher-avec-les-series-televisees\\_45411.php](https://www.fabula.org/actualites/philosopher-avec-les-series-televisees_45411.php)], publié le 20/06/2011, consulté le 15/07/2018.

MARTIN, Charles. « Le top 10 des séries les plus chères de tous les temps », *Premiere.fr*, [disponible en ligne : <http://www.premiere.fr/Series/News-Series/Le-Top-10-des-series-les-plus-cheres-de-tous-les-temps>], publié le 27/10/2016, consulté le 05/08/2018.

MCDERMOTT, Patrick D. « Why The Whole Planet Is Obsessed With This Norwegian Teen Drama », *Thefader.com*, [disponible en ligne:

<https://www.thefader.com/2017/04/10/skam-season-4-sana-isak-even-nrk-interview>],  
publié le 04/10/2017, consulté le 10/07/2018.

MOORE, Tracy. « Why people are so obsessed with Barb from *Stranger Things* ? », *Vocativ.com*, [disponible en ligne : <http://www.vocativ.com/347274/why-are-people-so-obsessed-with-barb-from-stranger-things/>], publié le 08/08/2016, consulté le 18/07/2018.

PETROUCHKA, Louise. « SKAM France vient juste de commencer ! », *Madmoizelle.com*, [disponible en ligne : <http://www.madmoizelle.com/skam-serie-tele-norvegienne-831597>],  
publié le 05/02/2018, consulté le 10/08/2018.

PIQUARD, Alexandre. « L'alliance » européenne publique pour contrer Netflix », *Lemonde.fr*, [disponible en ligne : [https://abonnes.lemonde.fr/economie/article/2018/05/03/l-alliance-europeenne-publique-pour-contrer-netflix\\_5293785\\_3234.html](https://abonnes.lemonde.fr/economie/article/2018/05/03/l-alliance-europeenne-publique-pour-contrer-netflix_5293785_3234.html)], publié le 03.05.2018, consulté le 03.05.2018.

QUES, Florian. « 7 objets immanquables pour remonter la pente après la fin de Skam », *Konbini.com*, [disponible en ligne : <http://biiinge.konbini.com/series/need-7-objets-immanquables-fans-skam/>], publié en 2017, consulté le 20/08/2018.

ROBILLARD, Julia. « Retour sur la campagne réussie de Netflix autour de la série *Stranger Things* », *Powertrafic.fr*, [disponible en ligne : <https://www.powertrafic.fr/campagne-digitale-netflix-stranger-things/>], publié le 07/11/2016, consulté le 20/08/2018.

SIMON, Jen. « We Are All Lena Dunham », *Huffingtonpost.com*, [disponible en ligne : [https://www.huffingtonpost.com/jen-simon/we-are-all-lena-dunham\\_b\\_4658696.html?guccounter=1](https://www.huffingtonpost.com/jen-simon/we-are-all-lena-dunham_b_4658696.html?guccounter=1)], publié le 21/01/2014, consulté le 01/08/2018.

STEGEMOELLER, Kristen. « *Stranger Things* Creators Promise Justice For Barb », *Papermag.com*, [disponible en ligne : <http://www.papermag.com/stranger-things-duffer-brothers-promise-justice-for-barb-1981504140.html>], publié le 21/08/2016, consulté le 20/08/2018.

SWENEY, Mark. « BBC, ITV and Channel 4 in talks to create UK streaming service », *Theguardian.com*, [disponible en ligne : <https://www.theguardian.com/film/2018/may/07/bbc-itv-and-channel-4-in-talks-to-create-uk-streaming-service-combat-netflix-amazon>], publié le 07/05/2018.

TELERAMA, « Les références de la série *Stranger Things* détaillées dans une vidéo », *Telerama.fr*, [disponible en ligne : <https://www.telerama.fr/cinema/quelles-sont-les-references-de-la-serie-stranger-things,145722.php>], publié le 27/07/2016, consulté le 20/08/2018.

VERKOVA, Guergana. « Les étapes d'écriture : un véritable contrat de commande dans le contrat de cession de droit d'auteur », *Village-justice.com*, [disponible en ligne : <https://www.village-justice.com/articles/etapes-ecriture-veritable-contrat,5079.html>]

WHEELER, André-Naquian. « The skam fandom is the greatest community you're not part of », *I-d.vice.com*, [disponible en ligne : [https://i-d.vice.com/en\\_uk/article/zmga9e/the-skam-fandom-is-the-greatest-community-youre-not-part-of](https://i-d.vice.com/en_uk/article/zmga9e/the-skam-fandom-is-the-greatest-community-youre-not-part-of)], publié le 02/05/2018, consulté le 01/07/2018.

WILSON-TAYLOR, James. « This SKAM Fan Art Was So Good They Turned It Into An Actual Scene In The Show », *Popbuzz.com*, [disponible en ligne : <https://www.popbuzz.com/tv-film/news/skam-fan-art-scene-season-4/>], consulté le 20/08/2018.

### **Dossiers en ligne**

Lettresmodernes.fr [en ligne]. Consultée le 21/07/2018. <URL : <http://lettresmodernes.fr/wp-content/uploads/2016/02/analyse-structurale-propp1.pdf/>>.

Réforme du régime social des auteurs : l'urgence de la concertation [en ligne]. Consultée le 21/07/2018. <URL: <https://www.sacd.fr/reforme-du-regime-social-des-auteurs-lurgence-de-la-concertation-0>>

THE WIT, « The definitive guide "how to create a hit format in 10 lessons" », *Miptrends.com*, [disponible en ligne : [http://www.miptrends.com/tv-business/create-hit-format-10-lessons-definitive-guide/?\\_ga=2.46353508.215510366.1536008736-1480544478.1536008736](http://www.miptrends.com/tv-business/create-hit-format-10-lessons-definitive-guide/?_ga=2.46353508.215510366.1536008736-1480544478.1536008736)], publié le 05/11/2016, consulté le 08/08/2018.

### **Communication électronique**

KOUFANE, Morad. « Television Critics Association 2018 Summer Press Tour», *Newsletter de la direction des études et du marketing interne*, [en ligne]. Communication personnelle le 10/08/2018.

KOUFANE, Morad. *Newsletter de la direction des études et du marketing interne: Peak TV*. [en ligne]. Communication personnelle le 08 janvier 2018.

KOUFANE, Morad. « Tous unis contre Netflix», *Newsletter de la direction des études et du marketing interne*. [en ligne]. Communication personnelle le 31/05/2018.

### **Posts de réseaux sociaux**

<https://twitter.com/lannalee/status/762842587342381056/photo/1> consulté le 18/08/2018.

<https://www.instagram.com/p/Bhb35FjAQmJ/?taken-by=em.brgs> consulté le 20/08/2018.

[https://www.instagram.com/p/BjHk2On7\\_0/?taken-by=martineau.brie](https://www.instagram.com/p/BjHk2On7_0/?taken-by=martineau.brie) consulté le 20/08/2018.

<https://www.instagram.com/p/BI2frzBtnZ/?taken-by=daph.pink> consulté le 20/08/2018.

Instagram.com/charles\_munier [en ligne]. Consultée le 21/07/2018. <URL : [https://www.instagram.com/p/BiY86KnluTb/?hl=fr&taken-by=charles\\_munier/](https://www.instagram.com/p/BiY86KnluTb/?hl=fr&taken-by=charles_munier/)>.

### **Sites web**

Larousse.fr [en ligne]. Consultée le 21/07/2018. <URL : [https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/science-fiction\\_sciences-fictions/71469/](https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/science-fiction_sciences-fictions/71469/)>.

Seriesmania.com [en ligne]. Consultée le 21/07/2018. <URL: <https://seriesmania.com/fr/professionnels/copro-pitching-sessions/>>.

Seriesseries.com [en ligne]. Consultée le 21/07/2018. <URL : <http://www.seriesseries.fr/>>.

## **Sommaire des annexes**

**Annexe 1** - Guide des questionnaires pour entretiens

**Annexe 2** - Entretien avec Cyril Tysz, scénariste et directeur de collection pour Skam France

**Annexe 3** - Entretien avec Antonio Grigolini, directeur de France TV Slash

## Annexe 1 - Guide des questionnaires pour entretiens

### **Entretien avec Cyril Tysz - Scénariste et directeur de collection pour SKAM France**

Ayant travaillé d'abord dans la production pour diverses sociétés audiovisuelles dont la 20th Century Fox Television à Los Angeles puis à Paris, Cyril Tysz se tourne ensuite vers l'écriture et le développement de scénario à Berlin au sein du Studio Babelsberg. Il travaille ainsi sur de nombreux scénarios de films d'animation. Si son activité s'étend par la suite aux long-métrages et aux séries, aujourd'hui basé à Paris, il enseigne à la Sorbonne, à l'INA, au CEEA et au programme SERIAL EYES à Berlin.

#### **Sur le métier de scénariste**

- Dans vos études, vous manifestez très tôt un intérêt pour la production audiovisuelle, comment l'envie d'écrire vous est-elle venue?
- Vous êtes passé à deux reprises par UCLA (les cursus BA Film and TV studies et MFA screenwriting and producing) et il semble que vous ayez travaillé aux US après ce second passage. Quelles méthodes avez-vous acquises et quels savoir-faire américains en avez-vous retiré ? On dit souvent que la France est en retard en matière de série, même si beaucoup de choses ont changé, partagez-vous cet avis ?
- Après être passé par Los Angeles et Berlin, dans votre carrière, vous faites le choix de revenir travailler à Paris. Pourquoi ?
- Il semble que vous avez travaillé d'abord côté du marché du film de long métrages avec notamment le marketing d'*Anastasia* ou du film *X files* pour la 20th Century fox, puis qu'après, vous faites un passage vers la production TV. Comment ce passage s'est-il fait ? Aviez-vous toujours été attiré par les séries TV ? Qu'est-ce qui, selon vous, différencie ces deux secteurs d'activités ?
- J'ai vu que vous aviez pu travailler sur des projets assez variés comme des long-métrages des séries d'animation ou des dessins animés comme le *Marsupilami* (2012) et *Arthur et les Minimoys* (2006). Quelles sont les spécificités de l'écriture sérielle d'une série telle que SKAM en comparaison ? Les rouages principaux sont-ils similaires ?

- Avez-vous déjà travaillé sur des formats similaires de séries ? (8 x 20 mn) Quelles adaptations de l'écriture ces contraintes de temps nécessitent-elles ?
- Comment travaillez-vous en équipe ? Comment vous dirigez-vous l'équipe de scénaristes en tant que directeur de collection ? Avez-vous recours à une organisation d'écriture à l'américaine comme les writing rooms ?

### **Phase de recherche**

- Quelles ont été vos sources d'inspirations, vos méthodes, pour dresser les portraits les plus réalistes possibles des adolescentes de SKAM France ? Julie Andem, la créatrice de la série originale norvégienne, a, par exemple, conduit des interviews d'adolescents à travers la Norvège. Comment avez-vous procédé ? Avez-vous également enquêté ?
- Comment avez-vous pensé et réfléchi les personnages dans leurs versions françaises ?
- Quel type de collaboration avez-vous avec le réalisateur de la série, David Hourrègues ? (statut du scénariste vis-à-vis du réalisateur et exemple d'Audrey Fouché, passée aux US qui cite une organisation de création totalement différente, avec une organisation des équipes centralisée autour du pôle d'écriture.)
- Quel est l'avenir du *teen drama* en France selon vous ? Des séries comme SKAM France ou Les Grands sur OCS sont-elles symptomatiques de l'ouverture de nouvelles perspectives ?

### **Sur SKAM France (en tant que format)**

- **Point exportation**

- Comment ce projet Skam France est-il venu à vous ?
- Pourquoi avoir fait le choix de l'adaptation de cette série en France, alors que la version originale norvégienne avait également déjà son public en France ?
- Pourquoi avoir fait le choix de travailler en équipe pour cette adaptation ? (La version norvégienne ne compte qu'une seule scénariste, ici, la série en a 7).
- La créatrice de la série originale a-t-elle été impliquée dans le processus de la création de SKAM France, à un moment ou à un autre ?

- Comment le choix du personnage autour duquel s'axe chaque saison de la série s'opère-t-il ? Pourquoi avoir commencé par Emma ?
- La série SKAM originale traite de problématiques liées à l'adolescence et la plateforme sur laquelle sa version française est hébergée, France TV Slash, vise à décomplexer les jeunes adultes. Avez-vous discuté des thèmes à traiter avec le diffuseur? France TV était-il impliqué dès le début du processus d'écriture ou l'écriture du scénario était-elle déjà entamée ?
- Certaines critiques reprochent à l'adaptation de la série française d'être plus lisse, on voit notamment moins d'alcool à l'écran. Qu'est-ce qui explique cette différence selon vous ?
- Sur certaines plateformes telles que Spotern, on aperçoit des fans repérer les marques utilisées par les personnages de la série. Parfois, ces marques sont assez visibles, le placement de produits fait-il partie des modes de financement de la série ?
- **Point communication**
  - Avec les autres scénaristes, décidez-vous des séquences à diffuser en temps réel dans la semaine avant la diffusion de l'épisode intégral ? Comment le choix de ses séquences s'opère-t-il ?
  - Comment travaillez-vous avec Bigger Than Fiction (l'agence de communication de la série) pour la publication d'informations sur les comptes fictifs des personnages sur les réseaux sociaux ? Notamment les dialogues des conversations Messenger ?
  - La promotion de SKAM France reçoit une plus grande attention sur les réseaux sociaux que la version norvégienne : comment cette promotion est-elle pensée ? (apparemment la série norvégienne est sortie sans annonce particulière)

## **Sur la conjoncture actuelle du marché de la création audiovisuelle**

- Lundi 25 mai, Gabriel Attal, député LREM, fait référence à la suppression de France 4 de la TNT dans une émission de France 2 : quel impact cela aura-t-il sur la diffusion des prochaines saisons de SKAM France ?
- Il a été annoncé jeudi 3 mai que France Télévisions s'associait avec la ZDF allemande et la RAI italienne pour produire des séries. Dans un article du Monde, Delphine Ernotte affirme « [qu'elle est] convaincue que l'empreinte viable pour produire, promouvoir et exposer des séries de niveau international, c'est l'Europe »<sup>178</sup>. Que pensez-vous de cette affirmation ? Quel avenir se profile pour les scénaristes en Europe, face à la concurrence d'acteurs comme Amazon et Netflix, selon vous ?
- Dans ce contexte ultra-concurrentiel, le contenu paraît être un atout majeur et une place privilégiée semble émerger pour les créateurs, demandés par différents acteurs. En tant que scénariste, pourrait-on parler d'une période favorable à l'exercice de ce métier, d'une forme "d'âge d'or" ?

### **Entretien Antonio Grigolini - Directeur de la plateforme France TV Slash et directeur des éditions numériques à France Télévisions**

Diplômé en Sciences de la Communication à l'Université Cattolica di Milano, Antonio Grigolini commence sa carrière chez France Télévisions en 2006, au poste de chargé d'études. Il devient ensuite responsable stratégie de marques à la Direction de la stratégie, responsable Social TV, puis, il passe à la tête de la direction numérique Chaînes et programmes en 2016. Aujourd'hui, Grigolini supervise l'offre en streaming de France Télévisions destinée aux 18-34 ans, France TV Slash.

#### **Sur SKAM France**

- Comment avez-vous eu en charge le projet de Skam?
- Pourquoi avoir opté pour une adaptation alors que la série norvégienne de Skam comptait déjà sa propre fanbase, en France ?
- Les épisodes de Skam France n'ont pas la même durée que les épisodes norvégiens, ce choix est-il lié à des contraintes de diffusion ?

---

<sup>178</sup> Référence de l'article, titre, auteur, n° et date du journal etc.

- La série SKAM originale traite de problématiques liées à l'adolescence, et la plateforme sur laquelle la version française est hébergée, France TV Slash, vise à décomplexer les jeunes adultes. Y'a-t-il eu une discussion sur les thèmes avec les auteurs ? France TV était-il impliqué dès le début du processus d'écriture ou l'écriture du scénario était-elle déjà entamée ?
- Quels sont les modes de financement de cette série ?
- La promotion de SKAM France reçoit une plus grande attention sur les réseaux sociaux que la version norvégienne : comment cette promotion est-elle pensée ?

### **Sur la stratégie France TV Slash face à la nouvelle donne du marché audiovisuel**

- Pour le clip de lancement de France TV Slash vous avez fait appel à l'agence de publicité Publicis conseil. Envisagez-vous de travailler ponctuellement avec des agences de communication et publicité pour promouvoir vos contenus et renouveler l'expérience autour de l'offre de contenus que vous proposez ?
- Sur quel modèle économique France TV Slash repose-t-il ?
- Depuis le début de la semaine, les médias répandent des rumeurs sur la disparition de France 4 de la TNT. Comment voyez-vous l'avenir de Skam et de ses auteurs ? (puisque les auteurs sont moins bien payés lorsque le contenu est seulement diffusé sur le numérique)
- Le 25 mai, une étude de Dentsu Aegis Network affirmait que les contenus les plus regardés par les Français, à la TV, étaient les films et les séries. Les fictions, et plus particulièrement les séries, semblent constituer un atout stratégique majeur sur le marché audiovisuel actuel. Envisagez-vous de faire davantage de fiction sur France TV Slash ?
- Dans un entretien donné pour un article de Numerama début février 2018, vous affirmez : « Contrairement aux nouveaux médias que l'on a vus ces derniers mois, nous ne serons pas un média de plateformes, nous conserverons notre ancrage

avec la plateforme de France.tv tout en nous adaptant aux réseaux sociaux »<sup>179</sup>. Pourquoi est-ce important pour vous de conserver et valoriser cet ancrage avec la plateforme France TV ?

- Le jeudi 3 mai France Télévisions annonce qu'elle s'associe avec la ZDF allemande et la RAI italienne pour produire des séries. Dans un article du Monde, Delphine Ernotte affirme : « Je suis convaincue que l'empreinte viable pour produire, promouvoir et exposer des séries de niveau international, c'est l'Europe »<sup>180</sup>. Une co-production des contenus avec d'autres pays pourrait-elle être un des futurs projets de Slash ?
- Pionnier du genre, le service de télévision et radio de rattrapage IPlayer de la BBC rivalise pour l'instant avec les plates-formes américaines comme Netflix. La BBC, Channel 4 et ITV (voire, en incluant NBC Universal) discutent de mettre en place un service de streaming britannique commun pour contrer netflix. Peut-on envisager une stratégie similaire en France ? Qu'en pensez-vous ?
- Peut-on envisager, éventuellement, la mise en place d'une plateforme digitale de streaming à l'échelle d'une région européenne ou de différents partenaires européens ? Une plateforme pour l'Alliance annoncée par Delphine Ernotte, par exemple.

---

<sup>179</sup> Corentin Durand, «Skam, sur France TV Slash : une série « au cœur des usages de la génération numérique », *Numerama.com*, [disponible en ligne : <https://www.numerama.com/pop-culture/327579-skam-sur-france-tv-slash-une-serie-au-coeur-des-usages-de-la-generation-numerique.html>], publié le 07/02/2018.

<sup>180</sup> France TV pro, «France Télévisions, la RAI et la ZDF lancent l'Alliance », *francetvpro.fr* [disponible en ligne : <https://www.francetvpro.fr/institutionnel/communiqués-de-presse/13743972>], publié le 03/05/2018, consulté à la même date.

## Annexe 2 – Entretien avec Cyril Tysz, scénariste et directeur de collection pour *Skam France*

**Entretien conduit le 24/05/2018**

**Comment ça se fait que les scénaristes changent d'un épisode à un autre pour *Skam France* ?**

C'est des problèmes de disponibilités en fonction des emplois de temps de chacun. On était 4 quand on a commencé, on s'est retrouvé à 5 en cours de route. Il ya 2 personnes qui sont venues pendant le mois d'août là, pour pas que ça s'arrête. On était 7 en tout, mais nous étions vraiment 4 sur l'adaptation. D'ailleurs on est 4 à avoir signé la bible et le premier et dernier épisode de la saison, on l'a fait à 4.

**Sur la série originelle norvégienne il n'y avait qu'une scénariste, il n'y avait que Julie Andem, pourquoi ?**

Oui, il n'y avait que Julie Andem qui était scénariste et réalisatrice et qui passait un an sur chaque saison. Donc c'était écrit, tourné, diffusé alors que nous il fallait...on avait 4 mois pour écrire 2 saisons !

**D'où le fait qu'il y ait plus de scénaristes ?**

Oui, c'était nécessaire en fait ! Pour écrire 2 saisons ils ont mis 2 ans, nous on avait 4 mois ! Certes, eux ils parlaient de rien et nous, nous partions de scripts déjà existants, mais c'était 4 mois dont les mois de juillet/août où les choses n'avancent en général pas très vite en France. C'était donc nécessaire. On aurait pu finir à 4, mais honnêtement nous avons pris 2 personnes de plus parce que c'était le mois d'août et que la production voulait pas flipper à l'idée que l'on soit tous en vacances au mois d'août. Ça a bien fait les choses finalement, puisqu'il y en a l'une d'entre elle qui est sur la saison 2. Mais on aurait pu faire sans. Par contre, il y a Fred qui est venu en cours de route. Fred Garcia, qui lui a fait tout ce qui est *polish dialogue*. Et j'espère vraiment qu'ils vont trouver quelqu'un pour jouer les Fred Garcia sur cette saison-là, parce que ça a vraiment fait la différence. Parce que nous en fait on était des scénaristes de base, on est pas vraiment dans le cœur de cible, en termes de langage et tout ça. Moi je suis plus âgé, mais les autres avaient entre 25 et 30 et quelques. Donc ce qui était super important pour moi c'est qu'on ait pas l'impression que ce soit des trentenaires ou des quadras qui essayent de parler *djeuns* quoi, qui essayent de parler 15 ans. Et donc on s'est nous concentrés sur la structure, puisqu'il a fallu restructurer les épisodes, restructurer entièrement la série, les arches et tout ça. Et à chaque fois qu'on avait écrit chaque épisode, Fred a fait un polish et est passé sur les dialogues. C'est quelqu'un qui a la vingtaine, donc qui n'est pas ado mais passe son temps avec ses cousins, qui sont ados et ont 15 ans. Et il a chopé toutes leurs expressions. C'était son travail de passer sur tous les dialogues de la série, il a fait un vrai travail de dialoguiste, de polish dialogue. Il y avait des dialogues qui étaient déjà là, mais pour que ça puisse sonner vrai quoi.

**J'avais justement une question concernant le travail de recherche sur le terrain. J'avais lu que Julie Andem et l'équipe du diffuseur avaient conduit toute une série d'interview auprès des adolescents en Norvège...**

Oui, ils nous ont demandé la même chose et on l'a fait. On l'a fait mais on va pas apprendre à parler comme eux tout ça parce qu'on les a interviewé.

**Ce processus de recherche s'est-il également déroulé sur les 4 mois que vous citez ?**

Non, le processus de recherche s'est terminé pendant ses 4 mois. Le travail de recherche avait déjà commencé à peu près 2 mois avant qu'on arrive, au printemps.

**Comment cela se passe-t-il alors, on vient vers vous avec ce matériel de recherche-là ?**

C'était la productrice qui nous fournissait ce matériel. Alors après ça dépend des fois, la productrice artistique avait un questionnaire, qu'elle donnait...elle a fait des entretiens, ils ont filmé des gens...y'a eu de tout en fait. Il y a des gens qui sont venus nous voir. Quand on avait du temps on les recevait entre deux réunions on faisait un break, on discutait avec quelqu'un. Je pense que tous les gens de notre carnet d'adresse qui connaissait des gens de cette tranche d'âge, nous ont renvoyé vers eux. On est allés dans des lycées un peu partout. Maintenant, il faut savoir qu'elle, elle a fait ça parce qu'il fallait qu'elle écrive la série. Nous on a fait ça parce qu'on nous a demandé de le faire mais la série en soi était déjà écrite. Donc ce travail de recherche nous a pas servi à la même chose que ça a servi à l'auteure originale de la série. Nous ça nous a servi à l'adapter, à savoir qu'on se rendre bien compte que les 15 ans Français ne sont pas les même que les 15 ans Norvégiens. Et c'était le cahier des charges qu'on avait, c'était qu'il fallait que l'histoire soit exactement la même mais que les Français puissent se reconnaître.

En fait quand on a lu les articles de la presse qui sortaient en disant que c'était du copié-collé, j'étais super content parce que je me disais "mission accomplie" ! Mais en vrai c'est pas du tout un copié-collé, c'est pas du tout la même série, elle fait 2 heures de moins. Mais on s'en rend pas compte, il y a plein de dialogues qui ont sauté, des scènes qui sont différentes. Mais on a fait en sorte que ça se voit le moins possible, que ça soit transparent. Mais on a fait ces changements pas pour marquer notre territoire et dire "voilà on change quelque chose". On l'a juste fait pour des raisons techniques, des raisons de durée d'épisodes...et des raisons culturelles, des raisons de comédiens. On savait pas qui on allait avoir comme comédiens. Et on a tous un peu d'expérience en production et que des comédiens de 15 ans...c'est simple sur 50 personnes qui ont fait le casting il y en a 50 qui n'avaient pas appris leur texte ! Donc on s'est dit, le meilleur moyen de ne pas partir à la catastrophe, c'est de ne pas avoir de dialogues trop longs. Les dialogues de départ étaient pas trop longs, mais ils étaient parfois un peu écrits. Surtout en saison 1. Moi mon gros regret sur la saison 2, c'est que j'entends encore des trucs un peu trop écrits.

Le truc que je voulais vraiment faire par rapport à la demande des Norvégiens, c'était de faire en sorte que ce soit le plus documentaire possible. Pour moi c'est ça qui fonctionnait dans la série originale. Tout ce qu'on fait comme série sur les ados en général, c'est voué à l'échec, parce qu'on leur renvoie une image qui ne leur parle pas du tout. Et là ce qui a marché avec le Skam original, après avoir échangé avec des gens qui étaient fans de la série, ce qui plaisait c'est que les gens s'y identifiaient. C'est des ados de 15 ans comme nous, ils voyaient

ça sur des supports qu'eux aussi utilisent, sur Facebook...Donc il y avait un truc d'identification, d'effacement de la fiction et d'être proche de la réalité quoi. Et pour moi ça c'était le truc à garder, essayer d'avoir des dialogues le plus naturel possible notamment. Sur la première saison c'est quelque chose qu'on a pas mal travaillé en relisant les dialogues à haute voix par exemple, mais sur la seconde saison on était un peu dans le rush, on pouvait plus toujours faire ça et il y a des scènes qui, pour moi, sonnent beaucoup plus écrites.

**En termes de différence d'écriture, en visionnant les deux versions, j'ai pu constater que sur des mêmes scènes la version norvégienne était plus muette, avec plutôt des longs regards éloquentes, tandis que la version française est plus "parlée".**

C'était voulu aussi ! Parce que c'est aussi une spécificité culturelle. Quand on regarde le cinéma scandinave, c'est silencieux, c'est Bergman, c'est des regards, c'est très contemplatifs et tout...Nous si on faisait ça en France, on aurait eu l'air franchement ridicule. C'est culturel, ils sont habitués à ce genre de jeu. Ils sont habitués à voir ça au cinéma, dans les séries, au théâtre aussi, Ibsen c'est aussi beaucoup de grands silences. Je pense que nous si on avait fait ça, ça aurait sonné faux. On eu cette discussion avec le réalisateur, c'était un choix de sa part de pas coller justement au rythme. Chose qui finalement, il était possible de faire en tenant compte du cahier des charges. Il fallait que ce soit la même histoire tout en étant crédible pour un public français. Je ne parle pas évidemment des fans qui ont déjà vu la série originale, mais je parle des autres millions de spectateurs qui n'ont jamais vu la série. Et y'a toujours le truc de pas trahir les fans etc, mais en comparaison, en chiffres, c'est que dalle par rapport au spectateur potentiellement découvreur de la série. C'est un peu comme une adaptation de BD, il y a les fans qui ont lu la BD mais aussi ceux qui ne le connaissent pas et c'est tout ces gens qu'on veut faire venir voir potentiellement le film. J'ai fait beaucoup d'adaptation de BD, d'animation et j'ai toujours été confronté à ce problème-là. Un film qui est que du *fan service* ça se voit aussi, certains Star Wars par exemple, on a fait plaisir aux fans mais le reste s'est un peu enquiné.

**Je voulais revenir sur le découpage du temps dans Skam France, pourquoi ce choix de condenser la durée des épisodes ?**

Alors c'est pas un choix, c'est que le diffuseur a des cases de 22 minutes. Alors on les a pas tous condensé, certains on les condensé, certains on les a allongé et certains on les a coupé pour ensuite faire qu'un épisode...Ce qui était très surprenant de la part de la NRK en Norvège, c'est que la diffusion TV était faite sur des épisodes de 15 minutes, 20 minutes, 45 minutes, 30 minutes...Parce que nous le diffuseur, pas question ! C'était des épisodes de 22 minutes dès le départ.

Le problème c'est qu'il y avait l'histoire du temps réel. Tout ce qui est diffusé sur le net, les séquences, sont censées être diffusées en temps réel. Donc on peut faire comme une série classique en disant, "bah ça pas de problème, on le met dans l'épisode d'après". Par exemple on avait un problème sur l'une des séquences; on voulait finir sur un cliffhanger fort et ça voulait dire reprendre la séquence dans l'épisode suivant. C'est-à-dire qu'on avait la séquence, le moment fort où tu dois larguer ton mec, c'était au milieu de la discussion, dans l'épisode 2 ou 3 je sais plus. Et ils continuent à parler derrière ça. Et pour rendre l'épisode plus tenant on voulait arrêter l'épisode là où elle disait "tu devrais larguer ton mec". Mais là on pouvait pas, parce que l'action avait eu lieu ce jour-là même donc on pouvait pas le transposer dans une autre temporalité, c'est-à-dire l'épisode suivant. Il y a donc un certain

nombre de ressorts dramatiques auxquels on a recours quand on fait de la série traditionnelle, et là on pouvait pas le faire. On a pris chaque scènes de la saison 1 et on a fait un énorme panneau sur le mur avec d'écrit tout ce qu'il y avait, la durée de la scène etc. On avait donc chaque épisodes initiaux, avec la durée de chaque scène. Et ensuite on a recomposé pour faire 22 minutes chaque fois. Y'a des choses qu'on a du enlever mais aussi rajouter. Comme la scène où elles achètent de l'alcool, on a dû la créer. Parce qu'on pouvait pas créer de nouvelles choses dans l'histoire, donc on s'est dit qu'est-ce qu'il y a comme ellipses, quelle est la scène qu'on a raté dans l'original qui a pas eu lieu et inventons-là, mettons-la là. Et il y avait certaines scènes qu'on ne pouvait pas rajouter parce que l'intrigue était développée sur plusieurs épisodes et ça nous aurait alors fait dépasser les 22 minutes. En plus, au début, on savait pas si le diffuseur ici allait diffuser samedi soir comme au Norvège et il y avait la contrainte du temps réel.

Par exemple le moment où elles partent en week-end pour nous c'était un grand problème. Si on est le vendredi soir à la fin de l'épisode précédent, elles partent en week-end. Par contre si on est samedi soir à la fin de l'épisode précédent, ils partent en dimanche ! Elles partent pas en week-end puisque lundi matin il faut qu'elle soit à nouveau à l'école pour le nouvel épisode. Et on a un épisode qui se passe en journée. En deuxième saison on a eu la même chose quand le personnage de Manon a eu mal au ventre. En gros c'est son anniversaire le lendemain, le dimanche elle doit aller chez les copines fêter son anniversaire, et le vendredi soir il y avait une soirée. Donc mathématiquement tout cet épisode se passe sur le samedi. Les 22 minutes doivent se faire donc sur le samedi. Pareil, l'épisode du départ en week-end, on voulait l'enlever à un moment parce qu'il constitue une forme de coupure dans la narration globale, une forme d'escapade. En fait en Norvège, c'était un épisode spécialement diffusé pour Halloween. Mais quand on a enlevé l'épisode, on s'est rendu compte qu'il manquait du temps de tournage, du coup on l'a gardé. Une fois qu'on a restructuré, rééquilibré le temps des scénarios, chaque scénariste est parti écrire sa partie avec le scénario original. Ils avaient le scénario original traduit en Anglais et en Français, et le dépouillement, le board qu'on avait fait avec la structure de l'épisode. L'idée, c'était de fusionner ces deux trucs-là.

**Quand vous dites que chacun part de son côté, ça veut dire que chaque scénariste avait sa spécialité comme Fred que vous citiez plus haut pour les dialogues par exemple ?**

En fait, je parle de plusieurs périodes dans le temps. Quand on a commencé au mois de mai, on était que 4. Il y avait moi, Julien, Clémence et Karen. On a fait ce travail de structuration. Et pour voir si ça marchait, on a fait tous ensemble le premier et dernier épisode de la saison 1. Et ensuite, mathématiquement ça le faisait parce que ça faisait 3 épisodes pour la saison 1 par personne. Une fois qu'on a fait le premier épisode qu'on avait tous ensemble, on s'est dit pour les dialogues il manque un truc. Du coup c'est là qu'on a fait appel à Fred qui est venu en plus et qui a fait des épisodes. Au fur et à mesure, on pas mal a pas mal travaillé tous les deux avec Fred, puisqu'on revenait systématiquement sur les dialogues des épisodes. Mais on a eu une manière de travailler qui a évolué dans le temps, au début comme le truc était un peu un OVNI pour nous, j'ai insisté pour qu'on soit tous ensemble, tout le temps. Donc on nous a fait une *writers' room*, là-bas, à Banijay. On avait une pièce à nous. Au début on y était tout le temps, puis après on y passait 2-3 jours par semaine. Mais très souvent les 2 autres jours par semaine on était chez moi ou chez l'un de la bande, ou chez Julien. Et en fait, on bossait tout le temps, tout le temps ensemble. On a travaillé sur les

personnages aussi. Ça a été notre tout premier travail d'ailleurs. En se disant; voilà on a ses 5 filles, comment on les transforme en 5 filles françaises. Quelles en sont les caractéristiques ? Ensuite, on est passé aux épisodes, la structure globale de la série. Et ça, ça s'est passé grosso modo entre mi-juin et mi-juillet. 4 semaines en gros. Une semaine où on a travaillé les persos, une semaine où on a déconstruit les arches et tout ça et une semaine où on a fait le premier épisode ensemble. Ce qu'on a fait pour les 5-6 premiers épisodes, c'est que chacun de nous écrivait son épisode en parallèle - à un moment moi j'ai arrêté parce que j'avais plus le temps. Une fois qu'ils avaient écrit leur épisode, ils revenaient me voir, et moi je passais la journée avec eux. Et je faisais un truc que j'avais appris aux Etats-Unis, qui est en fait de mettre un grand écran de TV et de brancher l'ordinateur dessus. Comme ça on peut être tous ensemble dans la salle, et voir le scénario, faire défiler le scénario sur l'écran de TV. Et de cette manière on a pu écrire les premiers épisodes de la saison à 4 mains, puis 5 quand Fred est arrivé. Les noms dans le générique ça correspond à rien du tout, c'est pour la SACD, c'est pour des histoires de droit d'auteur. Quand y'a un truc où c'est écrit scénario de Julien, scénario de moi, c'est une connerie en fait ils sont tous écrits par tout le monde. La saison 2 c'est différent, la saison 1 techniquement elle a été écrite par nous 5. Et chacun est passé sur chaque scripts.

**Du coup votre rôle de directeur de collection, c'était ce moment-là où justement vous repassiez une sorte de regard éditorial sur les épisodes écrits ?**

Mon vrai rôle, mon rôle officiel c'était d'organiser l'écriture. Donc en fait c'est moi qui ait organisé les ateliers comme ça et qui était là tous les jours pour travailler avec les auteurs. Quand il y en avait un qui était en train d'écrire chez lui, il y en avait un autre avec moi et on travaillait sur les scripts. J'ai revu tous les scripts, je suis repassé sur tous les scripts. Après quand on est parti en prod', il a fallu faire de nouvelles versions car les épisodes étaient parfois trop longs. On était à 26 pages et il a fallu grosso modo les faire descendre à 19 pages. Il a fallu enlever des trucs, laisser plus de place au réalisateur. Il y avait des trucs à réécrire, mais le problème c'est qu'ils étaient déjà en train de réécrire la saison 2. Donc moi j'ai retravaillé la saison 1 pendant que les auteurs étaient en train d'écrire la saison 2. Et puis à la fin, tous les auteurs étaient partis quand le diffuseur est intervenu. Le diffuseur est intervenu très tard, et nous a fait des retours sur des saisons entières. Et non plus sur les épisodes. Du coup c'est moi qui ait fait tous les changements, avec Fred qui repassait derrière mois pour un *polish dialogue* une fois que j'avais fait les changements structurels. Le problème c'est qu'on a eu un déficit de producteur exécutif et je me suis retrouvé à faire beaucoup d'administratif, de devoir dealer avec des agents, de devoir m'occuper des contrats...et ça, ça m'a pris énormément de temps. Et ça normalement ça fait pas partie de mes fonctions, mais comme je le fais par défaut depuis quelques années...j'ai passé beaucoup de temps sur des trucs de prod', de l'administratif aussi. Mon boulot en gros c'était de structurer l'écriture, donner la direction de l'écriture, d'être là, de repasser derrière tout le monde sur chaque saison, de communiquer avec le diffuseur, avec la production, la directrice artistique, avec le producteur exécutif quand il y en a eu un. Les scénaristes eux, ont eu qu'un interlocuteur à chaque fois et c'était moi.

**Vous parliez tout à l'heure d'une méthode de travail que vous aviez pu observer aux Etats-Unis. J'ai vu dans votre parcours que vous aviez fait deux passages à UCLA, que vous aviez travaillé aussi un peu à Los Angeles. Est-ce qu'il y a des méthodes ou des manières de faire que vous appliquez aujourd'hui qui viennent de là-bas ?**

C'est que moi hein. Après le truc, c'est qu'on dit la méthode américaine et tout, mais y'a autant de méthodes américaines qu'il y a de séries et de showrunners - j'aime pas le mot de showrunner mais bon - de producteur exécutif ou de *head writer*. Chacun a sa méthode pour faire sa série, et moi j'ai eu la chance de travailler avec un monsieur qui s'appelle Chuck Lorre qui était le créateur de *Roseanne*, *Dharma et Greg*, de *Big Bang Theory*, *Two and a Half Men*... Je travaillais avec lui, et je faisais la coordination entre la production et la writers' room, entre le studio, le plateau et la writers' room donc. Je travaillais pour la Fox. J'ai passé énormément de temps en writers' room à travailler avec les scénaristes, les producteurs exécutif, les line producer. J'ai fait de la prod' originellement, et je faisais vraiment le lien entre la prod' et l'écriture. J'ai fait 15 ans de prod', 15 ans d'écriture. Y'a des trucs j'ai vu que ça marchait bien, et je me suis dit que le jour où j'aurais l'occasion de le faire en France, je tâcherai de faire ça. On est dans des conditions complètement différentes, on peut pas travailler comme aux Etats-Unis. Mais je me suis dit que brancher un ordinateur sur un téléviseur pour travailler tous ensemble, je me suis dit qu'à partir du moment où tous les auteurs ok, c'était pas spécialement compliqué. Y'avait ça dans les sitcoms sur lesquelles j'ai bossé aux Etats-Unis - j'ai principalement bossé pour des sitcoms. Les scénaristes sont pour la plupart des *stand-up comedians*. C'est des gens qui, avant d'écrire, et après avoir écrit, lisent les trucs à voix haute. Et donc c'est une sorte de brainstorming géant autour d'une table, où tout le monde sort des idées, des blagues, des dialogues et y'a un *writers' assistant* qui tape tout ça. Et ensuite le lendemain on revient, on relit ce qu'on a fait la veille, on retravaille tous ensemble et le producteur exécutif fait le tri entre les choses à garder ou pas. Donc j'ai essayé de faire ça. On a pas besoin de faire ça sur toute la série. C'est des étapes spécifiques. Pour les sitcoms on fait ça entre la première version du script et la suivante. Y'a deux moments où on fait ça : quand on fait le *breakdown* du synopsis. Quand on déconstruit l'histoire tous ensemble. Ensuite il y a un ou deux scénaristes qui vont réécrire le synopsis. Le producteur exécutif va faire quelque changement et ça va partir en script. Là on a pas besoin d'être en équipe. Une fois que la V1 est écrite, là bam on est sur l'ordinateur et là on peut faire des lectures à voix haute, des relectures. En sitcom c'est pas la même chose parce qu'on suit le tournage tous les jours. Il y a des répétitions tous les jours. Le processus diffère à partir de ce moment là.

Mais après ça devient tout un cours là-dessus, je sais pas si vous le temps ?

### **Si bien sûr, allez-y !**

Y'a eu beaucoup de fantasme et de trucs inventés sur ce qu'on entend aujourd'hui sur les Américains. Mais là c'est glamour, donc on entend un peu tout et n'importe quoi. Un peu tout le monde devient des spécialistes des séries, assez rapidement. Mais en fait y'a un système américain qui est en train d'évoluer avec les acteurs type Netflix et tout ça. Mais qui a existé en tout cas quand la radio est devenue de la TV, donc après-guerre et qui fonctionne sur le fait qu'aux Etats-Unis il y ait des studios. Nous en France on a le producteur, et le diffuseur. C'est un rapport de force qui est particulier mais qui est partout en Europe. Aux Etats-Unis, il y a le producteur, le diffuseur, et entre les deux y'a le studio. Et les studios ont énormément d'argent, c'est pour ça qu'ils peuvent faire des pilotes à perte, qu'ils peuvent faire des séries c'est pas grave si elles vont pas jusqu'au bout etc. Donc on a un modèle économique qui est complètement différent. Et donc sur chaque show aux Etats-Unis, il y a un *line producer* qui est le représentant du studio qui va s'occuper de la production logistique. Et puis un exécutif producer, ce qu'on appelle aujourd'hui un showrunner. C'est un des *executive producer* qui

va s'occuper d'être directeur de collection. Mais en plus de ça, il va être directeur du montage. Il faut savoir que, tous les scénaristes sur une série américaine, ont un crédit de producteur. Si vous regardez une série américaine, tout le monde dit y'a 12 scénaristes dans une série américaine, dans une writers' room et ça a jamais choqué personne qu'on voit juste une ou deux personnes maximum pour *teleplay by, story by*. En revanche, si on voit le générique, on voit une douzaine de *supervising producer, consulting producer*...Et ça fait super armée mexicaine. Et en fait tous ces producteurs sont les scénaristes. Si on prend les staff writer dans les writers' room aux Etats-Unis, leur titre, qui est surtout lié à leur niveau de rémunération plus qu'à une réelle hiérarchie, est en fonction du pouvoir de négociation des agents. Mais en gros y'a une personne qui va arriver la première année, qui est freelancer, qui va même pas être dans la writers' room, puis la première personne qui arrive pour sa première année, qui est junior va s'appeler *story editor*. Mais c'est comme en Angleterre où le *story editor* est vraiment quelqu'un qui fait du *story editing* et de la direction de collection. Aux Etats-Unis, le *story editor* c'est le premier grade de *staff writer*.

### **Enfin un même terme correspond à des réalités différentes !**

C'est pour ça, si on est pas sur place...C'est différent aux Etats-Unis, en Australie, en Angleterre, en France, un peu partout en Europe. Et je passe mon temps à comparer tout ça. C'est aussi un peu pareil pour le terme d'*executive producer*. En général sur un tournage aux US y'a 4-5 executive producer. Il y a un showrunner, il y a la personne qui a créé la série, qui peut être la même personne mais pas forcément. Comme Darren Star, c'est un scénariste mais il n'a à ma connaissance jamais pas été showrunner, Il écrit les pilotes, des épisodes, mais après c'est quelqu'un d'autre qui s'occupe de la direction artistique de la série au jour le jour. Chuck Lorre lui, était à la fois scénariste et showrunner. Ça dépend vraiment de la personne et des cas. Au minimum y'a ces deux executive producers. Y'a des gens qui était executive producer parce qu'ils étaient là en saison 1, ils sont plus là en saison 2-3 mais ils gardent le titre. Ensuite, moi j'avais vu sur un tournage le nom de personnes qui apparaissaient comme executive producer mais qu'on n'avait jamais vu sur le plateau. En vérité, il s'agissait des managers de la star de la série. Pour avoir accès à la star, en gros on leur avait dit vous pouvez être executive producer. Là on est déjà à 5 executive producer. Au bout de quelques saisons, parfois y'a un acteur qui va dire, si la série marche c'est grâce à moi et il va alors demander à être executive producer. Il y a un chèque qui va avec à chaque fois, et c'est pour ça que les séries augmentent de 20% par an. Et si on a pas été sur le show, on a aucun moyen de savoir qui a fait quoi.

Tout ça, c'était pour dire que tout ces scénaristes qui sont sur la série, ont le statut de producteur. Et en tant que producteur, ils peuvent être salariés. En tant qu'auteurs, ils ne peuvent pas être salariés. Salarié, ça veut dire qu'on les paye très bien, à la semaine, pour pouvoir être tous ensemble dans la salle. On est pas du tout dans un système où la mentalité serait "ah c'est mes idées, il vient me piquer mes idées", c'est du brainstorming permanent entre 12 scénaristes.

### **Et comment ça se passe après pour les droits d'auteur ?**

Il n'y 'a pas de droits d'auteur aux Etats-Unis au sens où nous, on l'entend. Il y a ce qu'on appelle les « residuals » qui sont uniquement patrimoniaux, pas moraux. Au début de l'année on dit à tout le monde, toi tu vas avoir deux scripts, et toi aussi tu vas avoir deux scripts etc.

Quand on regarde le générique on va voir tel réalisateur ou tel scénariste. En fait c'est un truc légal. Nous on pouvait pas salarier les auteurs, mais quand j'ai instauré la méthode où on était tous ensemble dans la salle, je leur ai demandé si c'était ok pour eux de travailler comme ça. On a discuté, je les connaissais pas trop avant, mais ils étaient cools et ils ont été d'accord. Et finalement cette méthode a donné de bons résultats. Mais les gens ne travaillent habituellement pas comme ça en France. Parce que la difficulté d'avoir des gens en atelier comme ça, ça suppose de les rémunérer tous les jours. Or, les producteurs sont assez réticents à ce niveau-là. Ça veut dire faire des dépenses supplémentaires qu'ils ont pas l'habitude de faire. Et souvent, pas toujours, ils ne peuvent pas où ne veulent pas... En Europe se développent des writers room limitées dans le temps : une quinzaine de jours en général. Aux Etats-Unis, ça jamais été un problème de payer tout le monde à l'année : on leur donne un crédit de producteur. Du coup ils sont salariés, ils sont en payroll. Et ils sont entre guillemets « corvéables à merci »... mais très bien payés pour ça.

Dans le cas spécifique d'une sitcom, on a un premier jet du scénario qui est disponible le vendredi soir. Le vendredi soir, c'est le moment où on enregistre la sitcom devant le public. Pendant que le tournage a lieu, que les comédiens sont en train de jouer, les scénarios sont distribués dans les boîtes aux lettres des comédiens pour qu'ils puissent lire le nouvel épisode pendant le week-end. Le lundi matin à 10h y'a un *production meeting* avec toute l'équipe technique du tournage et on fait une lecture pour voir qui aura besoin de quoi pendant la semaine. Une heure après, quand ça c'est fait, on fait un *table read*. Les comédiens viennent, le réalisateur de l'épisode de la semaine va venir, qui est pas toujours le même. Le showrunner, le producteur exécutif donc, assiste à tout cela. Il est aussi un peu réalisateur parce que c'est lui qui va avoir la vision artistique sur toute la série. Le *line producer* est là aussi. Tous les scénaristes (que ce soit donc les *consulting producer*, *executive producer* ou autre) sont aussi là. Et on fait une relecture avec les modifications. Ensuite le réalisateur et les comédiens vont aller faire du *caméra blocking*. Ils vont faire sur les lieux du décor et ils s'entraînent avec les caméras, les gags visuels. Les scénaristes partent réécrire en fonction du table read qu'ils viennent d'avoir. Le lendemain, les *executive* du studio et du network qui viennent le midi, donc on va refaire une répétition. A chaque réécriture quotidienne, on remplace les pages blanches du script de base par des pages roses, des pages bleues, jaunes, Le mercredi midi il y a encore une répétition face aux cadres du studio et/ou du network.

### **En fait il y a une réécriture à chaque étape !**

Oui, il y a une réécriture et à chaque fois en parallèle les gens avancent !

### **C'est très structuré comme organisation !**

Ah mais complètement ! C'est super structuré ! Le jeudi on tourne tout ce qui nécessite des effets spéciaux. On a vraiment les caméras, les projecteurs, le son et tout ça que les deux derniers jours. C'est vrai que du coup on a besoin de payer ces techniciens-là ( et ça représente beaucoup de monde ) que les deux derniers jours. Les deux autres jours, ils travaillent ainsi sur une autre série du studio. Le vendredi c'est enregistré en public, on tourne toutes les scènes qui restent. On tourne entre 19h et minuit, on tourne l'épisode. Et pour le public, on leur diffuse des scènes qui ont déjà été tournées la veille entre-temps sur des écrans faits pour. C'est en public, les scénaristes sont toujours là et ils prennent des notes,

notamment sur les réactions du public. A minuit le public rentre chez lui. Et là, on se demande ce qu'il reste encore à faire. Bon sur *Friends*, chez Warner, ils finissaient beaucoup plus tard que nous, à 5h du mat' le samedi, nous on finissait peut-être à 2 heures du matin. On faisait encore un ou deux tournages de scènes avec les derniers changements. Là, dès qu'on a fini tout ça, le monteur attaque le montage. Parce que l'épisode doit être diffusé le mardi suivant. On refait ça pendant 4 semaines, avec une semaine où on tourne pas tous les 15 jours. C'est ça d'octobre à avril. Ça c'était mon expérience, c'est ce que j'ai vécu pendant deux ans à la Fox. Et j'ai essayé de reprendre quelques petites choses. Mais j'ai eu la chance de travailler pour Skam avec des gens qui n'avaient pas l'habitude de faire de la fiction pour être honnête, et donc il n'y avait pas d'habitudes établies. Donc c'est aussi pour ça qu'on a pu travailler comme ça au début. Tout le monde a joué le jeu, mais normalement ils auraient dû être rémunérés pour ce travail d'atelier au jour le jour, ce qui n'était pas possible. Ils étaient payés au forfait pour écrire le script. Mais en droit d'auteur, à partir du moment où ils étaient payés en forfait, ils étaient pas tenus de venir tous les jours. Je pense qu'ils ont aimé cette expérience, après à un moment ça a commencé à nous ralentir donc on s'est dit on va changer, chacun est allé bosser chez eux. Ensuite on a commencé à travailler avec le réalisateur. C'est le réalisateur qui nous a donné des notes un peu artistiques, beaucoup techniques de prod'. Dans un premier temps ces notes-là on été intégrées par les scénaristes dans leurs scripts et dans un deuxième temps comme c'était trop tard parce qu'ils étaient soit sur la deuxième saison, soit en vacances, c'est moi qui ait intégré les différents changements.

### **Comment s'est organisé cet échange avec le réalisateur ? Il est venu directement vers vous avec des propositions ?**

On lui envoyait les scripts et il venait le lendemain avec des propositions, des retours auxquels se joignait aussi la productrice artistique. Il donnait des retours surtout axés production, "là on va pas pouvoir, là c'est trop cher, là c'est la quinzième scène de soirée, est-ce qu'on pourrait pas varier un petit peu". On était aussi très concernés à l'époque par les problématiques de temps réel. On aurait pu peut-être passer moins de temps sur ces questions-là. Mais la lumière par exemple faisait partie de ces problématiques. Quand on écrit au mois de juillet et qu'on dit ah il est 8h, il fait jour et qu'on tourne ça en septembre et à 8h il fait encore jour, mais qu'on passe ça en février et qu'à 8h il faisait encore jour...bah on sait qu'on est pas en temps réel quoi. Après parfois il y avait aussi des retours rapides sur des choses liées au scénario comme tel personnage dit trop souvent cette phrase-là, ou ce prénom fait trop âgé. Emma s'appelait Clara à la base du coup, mais c'était une discussion de 5 minutes hein. Là où on eu le plus de discussion c'était sur le personnage d'Imane. Alors, je dois avouer un truc, je n'ai pas vu la série originale. Je n'ai lu que les scripts parce que je voulais pas être influencé par des images ou les improvisations. Je voulais le moins de médiatisation possible entre le texte et ce qu'on allait faire. Mais il y avait déjà une forme de médiatisation puisqu'il s'agissait d'un texte norvégien, traduit en anglais, traduit en Français. J'ai souvent travaillé même plus à partir du texte Anglais que du texte Français. On les a eu aussi assez tard les textes en Français. Donc tout le travail de déstructuration dont j'ai parlé tout à l'heure, on l'a fait en Anglais. Avoir en plus le regard de la première réalisatrice norvégienne, le jeu des acteurs, les improvisations, le jeu des longs silences...ça allait rajouter encore plus de médiatisations alors qu'on nous demandait un truc très Français. Pas passer par un truc norvégien pour revenir vers un truc français.

### **Comment justement on apporte ces petites "French touch" à une adaptation ?**

Déjà, on enlève tout ce qui est culturel. Imane, par exemple. Imane c'est quoi en fait, c'est une jeune femme musulmane en hijab qui se balade au milieu des petits blondinets norvégiens, elle arrive elle fait tâche dans le paysage si je puis dire. Elle "stand out" à fond. On s'est dit ça va pas marcher en France ça. Et en plus le réalisateur avait un peu ce côté "Imane superhéroïne" qui arrive en superhéroïne parce qu'elle a son costume de superhéroïne. Mais nous en France, la loi fait qu'on peut pas avoir le hijab à l'école. Donc ça aurait été une beurette parmi d'autres. Donc le côté j'arrive et déjà je sors du lot...bah non on va dans l'école et on la voit dans l'école avec les autres, c'est une fille de couleur, avec d'autres filles de couleur, brune etc mais toute Française quoi.

**Parce que la reprendre telle quelle ça amenuisait selon vous le conflit du personnage, qui ne détonnait pas assez ?**

Ce n'était plus la même chose, elle ne détonnait plus. D'où l'idée qu'on a eu assez rapidement, mais ça on avait pas le droit de le révéler, c'était le casting secret. On avait pas le droit d'en parler jusqu'à ce que ce soit diffusé. C'est pour ça qu'on a choisi de prendre une comédienne black. Parce que déjà des blacks musulmanes, il y en a peut-être dans les chiffres beaucoup, mais représentées à la télévision, j'en connais pas beaucoup. Enfin je veux dire, black qui se positionne en tant que musulmane. Avant tout, moi je ne connais pas d'autres personnages comme ça. Le hijab on pouvait le remettre à l'extérieur, mais à l'intérieur de l'école, on a trouvé que ce personnage-là sortait plus du lot. Après on a trouvé, enfin le réalisateur David, la bonne comédienne pour le faire mais elle sortait plus de lot si on avait collé au personnage norvégien en fait, à 100%.

Donc comment on arrive à faire cette même impression de personnage qui sort du lot, qui est différent...qui tranche avec les autres personnages. Bêtement au casting, les autres comédiennes qu'ils avaient essayé pour faire Imane le faisaient pas vraiment quoi en fait. Elles sortaient pas du lot même en tant que personnalité. Donc on a eu de la chance. Je n'ai absolument pas voulu intervenir sur le casting, y'a juste eu des discussions pour le personnage d'image ou celui de Charles. Charles moi j'ai un petit problème, c'est que moi il me semble très vieux par rapport aux autres. Par rapport aux personnages de la version originale les personnages ont l'air vachement plus vieux. Enfin du moins Charles et Manon, les autres font leur âge. Et à leur décharge le casting a pas été facile, c'était en été, tout le monde était en vacances. Et moi j'ai trouvé que David et Pauline ont fait un travail fabuleux, parce qu'on aurait pu vite tomber dans quelque chose qui marchait pas.

Après pour Imane, le truc que je voulais pas non plus, c'est que tout ce qui la qualifie soit; "elle est musulmane", "c'est la musulmane de la série". C'est super important, c'est hyper important. Mais c'est avant tout une fille. Une fille de 15 ans, qui a les mêmes problèmes. Elle a une manière de voir les choses qui est différente qui est liée à sa religion, certes, mais y'a des trucs qu'on a essayé d'effacer. Genre des "inch'allah" par-ci par-là dans la version norvégienne. Et puis aussi, on était en pleine période de terrorisme sérieux quand on travaillait là-dessus, et y'avait des blagues, des trucs qu'on peut faire en Norvège qu'on peut pas se permettre en France.

**Après au-delà de ça, la question de la représentativité des femmes noires à l'écran est une question en débat, réactualisée notamment récemment par le documentaire "Ouvrir la voix" d'Amandine Gay qui s'exprime sur ces questions.**

Nous quand on a écrit le texte, le personnage, on savait pas qui allait être casté. C'est des suggestions desquelles on a discuté avec David, nous on savait absolument pas qui allait être casté au final. On avait encore plusieurs possibilités à ce moment-là. On l'a écrit sans savoir qui ça allait être. Mais je me souviens il y avait cette fameuse phrase, c'était quelque chose du genre "vous pensez que vous êtes des looseuses ? La plus grande looseuse c'est moi, je suis une femme noire et voilée en France". L'original était super dynamique et tout ça, c'était: "moi je suis la plus grosse looseuse de toute, parce que je suis musulmane au pays des blondinets" ou quelque chose comme ça. Ça passait bien. La même phrase en français c'était ridicule. On a même essayé à un moment de trouver un truc un peu percutant comme ça, et c'est devenu "regardez-moi je suis la plus grosse looseuse de toute, parce que je suis musulmane au pays du vin rouge ou du fromage" quelque chose dans le genre. Là, le réalisateur a dit non, non oulala, fromage vin rouge tout ça, ça fait un peu Front National. Et moi finalement je suis arrivé avec une phrase qui finalement je trouvais était pas mal et les auteurs étaient tous d'accord: "au pire je fais peur, au mieux je fais pitié." Mais là, la productrice artistique a un peu flippé devant le diffuseur, elle a remplacé par "au mieux je suis soumise". Mais pour moi "au pire je fais peur, au mieux j'ai l'impression d'être soumise" ça fait très écrit. J'ai deux regrets sur Imane l'un c'est ça, et la première scène où on rencontrait Imane. Après c'est des différends artistiques, c'est juste qu'on a chacun un avis différent sur la question avec le réalisateur David, et par ailleurs tout ce que David a apporté est super, il en a fait une super série ! C'est des différends artistiques qui ont jamais été...c'était plus "moi je pense comme ça, toi tu penses comme ça". Et finalement c'est le réalisateur qui va le faire et c'est lui qui a le dernier mot, et puis pourquoi pas. Et encore une fois c'est pas du tout de l'animosité. Donc, la première fois où l'on rencontrait Imane elle était sans hijab. Et au fur et à mesure de la conversation, en se rapprochant de la sortie de l'école elle sort son hijab du cartable et le met pendant la conversation. Il y avait donc une transformation du personnage qui se passait devant nous au cours de la conversation. En plus je me disais c'est intéressant, on parle du hijab etc, mais on sait pas comment on le met en fait. Je la voyais assez jolie cette scène et finalement elle a été changée par David, qui l'a fait différemment en fait. Elle arrive directement en hijab.

On était à 99% d'accord sur les fondamentaux, mais visuellement on avait deux approches un peu différentes du personnage d'Imane. Mais c'est rien du tout, c'est deux secondes dans la série. On s'est jamais pris la tête ou quoi. Y'a un truc sur lequel on était pas trop d'accord avec Fred, c'était la scène des Raptors.

### **La scène où l'équipe de basket du lycée, les Raptors, organisent la levée de fond ?**

Oui voilà ! Au niveau des autres problématiques d'adaptation culturelle, l'une des choses qu'on a du adapter c'était le Russ Bus. En Norvège, pas besoin de l'expliquer. Un truc aussi fort que le Russ bus et dont t'as pas besoin de parler pour que ce soit compris, ça existe pas en France. Y'a des trucs locaux dans certaines villes - et on a passé beaucoup de temps à chercher - mais en France on passe le bac, on attend les résultats, on est pas sûrs tout ça. On est soulagés d'avoir les résultats mais on pas automatiquement la grosse teuf. Y'a un truc qui commence un peu à se développer dans certains lycées, ça s'appelle la nuit du bac. Mais là encore, ça tombe pas sous le sens. Mais on s'est dit on a 5 filles qu'on veut mettre ensemble et faire devenir potes. Il suffit qu'il y en ait une d'entre elles qui veuillent faire la nuit du bac - ici c'était le personnage de Daphné. Daphné vient de se faire éjecter de la bande qui devait l'aider à organiser la soirée, du coup elle est à la recherche de "filles cools".

Imane a envie de le faire pour emmerder Daphné. A partir du moment où Imane a envie de le faire, Alexia va le faire parce qu'elle veut se rapprocher d'elle. Les objectifs finissent par converger et finalement on avait plus besoin de revenir sur la soirée en elle-même. Finalement en plus la nuit du bac était une marque déposée donc on a rebaptisé en soirée des Terminales.

### **D'ailleurs en saison 2 finalement on entend plus trop parler de la soirée dans *Skam France* !**

Oui, parce que le groupe de fille est désormais soudé ! Après tout ce qu'elles ont vécu dans la saison 1, Daphné qui croyait avoir le bébé de Charles par exemple, elles n'ont plus besoin de ça. Or, au début du truc ça ne servait dramatiquement qu'à ça.

### **Vous vouliez rajouter quelque chose sur la scène des Raptors tout à l'heure ?**

Oui ! C'était un débat sur la popularité. Il avait le camp David et Pauline qui disaient que ce qui était important dans les lycées c'était d'être populaire. J'ai dit oui chez Disney, mais chez nous en France je ne suis pas persuadé que ce soit aussi codifié, aussi "les sportifs d'un côté et les autres de l'autre côté". De fait y'a pas de *prom*, de roi ou de reine de l'année. Ça c'est l'imagerie qu'on a des séries américaines. J'ai vécu toute l'année en France et tous les étés aux Etats-Unis pendant 20 ans.

### **Vous êtes franco-américain ?**

De fait oui, j'y ai de la famille ! J'ai passé tous mes étés aux États-Unis depuis mes 12 ans et j'ai des cousins américains. Donc je connais très bien la culture américaine et j'étais au lycée en France. Bon, mon vécu date d'il y a quelques années et les choses ont sans doute évoluées un peu depuis. Mais je suis persuadé qu'il y a des choses qu'on projette dans la culture française qui viennent en fait des séries qu'on voit. Les cafétérias, les lockers... Là par exemple ils ont réussi à trouver un lycée avec des lockers. Il y en a pas beaucoup en vrai en France avec ce genre de casiers. Sur ce truc-là j'étais pas trop d'accord donc. Pour Charles, le fait qu'il soit en Terminale, qu'il soit le mec le plus mignon du lycée etc suffisait pour nous les scénaristes à susciter le désir. David a insisté sur le fait qu'un des trucs qui fasse qu'il soit cool soit qu'il soit le capitaine de l'équipe de basket. Et pour moi ça c'est super américain. De la même manière pour la collecte de fond, on avait trouvé plein d'autres raisons, il m'a dit non non c'est une collecte de fond pour l'équipe de basket. Il voulait que dans les détails on rajoute des banderoles de l'équipe etc, finalement lors de la soirée à l'image on voit ces banderoles. Là on est dans l'imagerie américaine, pas française. Là c'était un de mes différends avec le réalisateur.

### **Et dans ce cadre-là le diffuseur, ils vous faisaient beaucoup de retour sur les scénarios ?**

Le diffuseur est intervenu très tard dans la série, et ça été assez facile de travailler avec lui. Moi j'ai échangé avec Ségolène Zaug qui était mon interlocutrice vers septembre.

### **D'ailleurs en parlant de diffuseur ce lundi, la suppression de France 4 de la TNT a été annoncé...**

Ça été donc officiellement annoncé ? Il va falloir de grosses négociations avec la SACD, parce que c'est pas du tout les mêmes rémunérations pour les auteurs. On a négocié un barème sur la TNT, qui était déjà beaucoup plus faible que le hertzien. Quand tu passes d'une chaîne de la TNT au web, on est absolument pas dans les mêmes rémunérations proportionnelles. Les relations auteurs et diffuseurs vont être du coup très affectées. Parce que si tout ce qu'on fait en dessin animé, en programme jeunesse, c'est même plus diffusé en hertzien, même plus en TNT, mais sur le web où c'est absolument pas les mêmes barèmes tarifaires...là y'a toute une partie de la profession qui voit son revenu amputé mais drastiquement.

### **Mais avec le nouvel écosystème d'aujourd'hui, il n'y a pas une réforme prévue de ces taux-là ?**

Si, mais c'est très long une réforme ! Je pense que la SACD ils sont en train de travailler là-dessus. Depuis le temps qu'ils en parlent, je pense qu'ils sont en négociation. Mais c'est très long une négociation ! J'espère qu'ils vont trouver rapidement une solution.

### **En parlant d'acteurs impliqués dans la construction de la narration, comment s'est organisé le travail de mise en récit sur les plateformes en collaboration avec Bigger Than Fiction ?**

C'est rigolo, parce que le directeur d'écriture allemand c'est lui qui écrit toute la série lui-même. Et c'est même lui en ce moment qui rédige les textos, qui fait les trucs. Nous on le fait pas du tout. Finalement on a un luxe formidable par rapport aux Allemands. Ils nous ont demandé au début si on pouvait travailler en collaboration, et on était tellement occupés que rien que de faire le travail d'écriture de la série était un boulot à plus que temps plein. Finalement on a dit à Bigger, dès qu'on a les scripts on vous les envoie. Y'a un gars chez Bigger, qui est vachement bien, qui a fait tout le travail de dépouillement, qui s'appelle Timothée.

### **Vous communiquez avec lui ou pas ?**

Non, c'est lui qui s'adapte à nous ! Mais moi quand je faisais des changements, je l'informais des changements. Il s'organisait avec la prod', pour par exemple avoir des jours de tournage avec la prod', tourner des séquences à côté, des concerts. Il avait des journées programmées pour ça. Dès qu'il pouvait faire des trucs tournés à l'iPhone à côté, il l'a fait. Même à un moment la prod' leur a donné leur plan de travail en disant venez plutôt sur notre temps de tournage, on peut pas organiser des trucs spécialement pour vous. Il devait quasiment tourner un épisode par jour, 17 minutes par jour ! Un épisode fait 22 minutes ! Donc c'est un plan de travail de malade ! A la fin il nous manquait 3 jours de tournage pour pouvoir faire toute la série. Donc il a fallu encore couper. Mais là où David a fait un boulot fabuleux, c'est qu'il a réussi à faire ça et que la série a pas l'air cheap. Si on regarde certaines scènes de soirées, y'a pas de figurants mais on a l'impression que les 4 filles sont en soirée ! C'était tellement bien filmé qu'on avait l'impression qu'elles étaient en soirée. Il a une super

*production value*. Étant donné les contraintes et les conditions dans lesquelles on a dû réaliser, le réalisateur ne peut être que bon.

**La stratégie de communication de l'adaptation française de *Skam* est beaucoup plus travaillée que la norvégienne, notamment sur les réseaux sociaux. C'était un parti pris ? Quel est votre avis sur la question ?**

Dès le début y'avait un côté transmédia de prévu. Dès le départ y'avait une attente énorme de la part des gens. C'était l'occasion pour France TV d'expérimenter Slash, c'était l'occasion pour Bigger de montrer ce qu'ils savaient faire, c'était l'occasion pour nous de développer un vrai produit cross-plateforme. Et puis on voulait faire au moins aussi bien que le *Skam* norvégien et aller plus loin que ça. Et puis les réseaux sociaux ont évolué. Il faut pas oublier que *Skam* c'est une série qui a 5 ans ! Même pendant qu'on le faisait, les jeunes de 15 ans migraient d'Instagram vers Snapchat. Et inversement de Snapchat à Instagram. Donc on s'est vraiment pas mal posés la question de la plateforme au début. Et ce genre de travail, de travail de recherche, ça été une grande partie du travail de Sofia en fait.

**J'ai vu que vous aviez pu déjà travailler sur pas mal de formats différents, des long-métrages, des adaptations en animation...est-ce que vous aviez pu déjà travailler sur ce type de série feuilletonnante de ce type-là auparavant ?**

C: J'ai déjà écrit des 10x10, mais en animation. En animation, les séries font 22mn. Les deux formats maître en animation c'est le 26mn - qui aujourd'hui est du 22mn - et le 52x13. Écrire des formats de 22 mn en animation, j'en ai l'habitude, j'en écrit des dizaines et des dizaines. Le 13mn c'est du 10mn de corps d'épisode. Qui est le format 10x10 en fait. Donc en fait ces deux formats que les gens voient comme nouveaux, que sont le 26 mn et le 10 mn, en fait moi en animation, ça fait 15 ans que j'en fait. Donc en soi pour moi, raconter des histoires en 10, 26mn ça n'a rien de nouveau. Je connaissais pas le format transmédia, avec les réseaux etc. Mais le côté format différent pour la TV, j'ai travaillé sur tous les formats. J'ai même fait récemment une pub de 30 secondes avec Babibel. C'est une fiction où les personnages principaux sont les fromages Babibel. C'est sur YouTube mais en parallèle avec une pub TV. C'était une agence de pub qui n'avait pas l'habitude du narratif et donc qui ont fait appel à moi. Donc dans ma vie j'ai des formats de 30 secondes à du long-métrage.

**Pour *Skam* quelles ont été les spécificités d'écriture pour vous alors ?**

Le truc qui était nouveau pour moi, c'était d'avoir des épisodes de durée inégales diffusés par la NRK. Nous en France on a jamais eu ça. Mais ça je pense que ça va être quelque chose qui va évoluer. Déjà HBO y'a pas de pub par exemple. Et déjà avec la diffusion sur Netflix, les épisodes font pas du tout la même durée. Et je pense que c'est quelque chose qui va se généraliser. La TV commerciale a été construite sur une base de 26mn parce qu'il y avait 4mn de pub dans la demi-heure à l'époque. En gros les diffuseurs traditionnels avaient des cases de une demi-heure, des cases d'une heure, d'un quart d'heure etc. Ça créé le format de 52mn. Parce qu'il y avait 52mn de série et 8mn de pub. Aujourd'hui, les séries sur les networks américains, ils font 42 mn. Pourquoi ? Parce qu'il y a 18 mn de pub. Et les épisodes sont divisés en 4 ou 5 actes, parce qu'il faut un acte pour avoir une coupure de pub supplémentaire. La structure de la télévision est depuis 30 ou 40 ans basée sur des critères de diffusion. A partir du moment où la diffusion est en train de changer, tout ces critères sont

complètement en train d'exploser. Donc l'écriture telle qu'on la connue ces 30 dernières années, est en train de complètement évoluer. Les séries Netflix, sont pour certaines de grands films. Là une partie de mon travail c'est aussi d'encadrer le travail de jeunes scénaristes qui créent leur série, de faire développer des séries avec Serial Eyes en Allemagne. Et je travaille beaucoup dessus en ce moment. Là en 5 ans ça fait à peu près une centaine de séries que j'encadre. Et c'est vrai qu'au début quand j'ai commencé y'a 5 ans c'était : qu'est-ce qui fait qu'une série est une série et pas un long-métrage ? Parce qu'il y a des critères de durée etc. J'en discutais avec Frank Spotnitz, vous voyez qui c'est ?

**Non !**

Frank Spotnitz, c'est un des scénaristes des *X-files*. C'est le créateur du *Maître du haut château* sur Amazon. Et il a fait plusieurs séries entre les deux, il a fait une série pour TF1 aussi, *Ransom*. C'est un gars qui était showrunner aux États-Unis à l'époque des studios, et qui aujourd'hui est installé entre la France et l'Angleterre et travaille pour Netflix, tout ça. Et on était d'accord, on en discutait la semaine dernière quand j'étais à Berlin. Il m'a dit, aujourd'hui on a plus de deadline, on a plus de durée d'épisodes, un seul scénariste peut écrire toute sa série. Le système dont je parlais avant avec les showrunners tout ça, de studios tout ça, c'est parce qu'on était dans une logique industrielle de série où on faisait 23 épisodes par saison. C'est lié au financement ça. En fait il fallait 5 saisons de 20 épisodes pour arriver à 100 épisodes pour pouvoir aller en syndication, pour pouvoir rediffuser les épisodes. Aux États-Unis quand une série passe une première diffusion en chaîne, c'est dans le rouge. Les frais d'antenne, les droits d'antenne, les *license fees* ne suffisent pas à rentabiliser la première diffusion d'une série. C'est pour ça que les studios sont super importants, parce que c'est eux qui couvrent le gap, font de la vente à l'internationale et récupèrent l'argent. L'économie pendant 30 ans de la TV c'était, on essaye de faire 5 saisons, 5 saisons à 23-24 épisodes par saison. Ça nous fait chaque saisons, chaque année, en nouveau, en inédit ça nous fait un épisode par semaine.

Comme il faut tourner un épisode tous les 8 jours, parfois ils tournent 2 épisodes en même temps. Donc impossible d'avoir un réalisateur pour toute la série. C'est comme ça qu'est né le système d'un réalisateur par épisode, voire plusieurs réalisateurs sur la série pour aller plus vite. Et un showrunner qui supervise la totalité. Ce système est né d'une nécessité industrielle, qui a été reine pendant des années. Aujourd'hui, les méthodes de financement, de diffusion étant complètement en train d'exploser, il n'y a plus de raison pour ça.

Il y a un des auteurs de *Skam* qui est en train de développer une série pour Netflix, c'est pas du tout la même chose. Pour 2 ans, il est engagé par Netflix, il a pas le droit de travailler pour qui que ce soit d'autre. Et pendant ces 2 ans, il va développer sa série quasiment tout seul. Et y'a des deadlines qui sont imposées par Netflix mais qui sont pas liées au fait que ça va être diffusé demain, la semaine prochaine ou autre. Les contraintes de diffusion ayant changé, les contraintes d'écriture qui sont liées à la diffusion et au financement, sont complètement en train d'être modifiée aussi. Je donnais un cours à la Sorbonne sur le développement des programmes, et j'avais l'impression de donner un cours sur l'histoire du développement des programmes, parce que là depuis quelques mois et les mois à venir, c'est en train de changer totalement.

Et dans *Skam*, le truc qui pour moi montre le plus que l'on va dans cette direction, c'est le fait qu'il y ait des épisodes qui n'aient plus de durée égale. Ça c'est totalement nouveau, parce que la télévision commerciale ne pouvait pas fonctionner avec ce système-là. C'est une vision commerciale avec des durées de cases bien précises. Netflix, tu regardes

quand tu veux. Donc effectivement, tu peux regarder 3h, 2h ou 1h. Comme le modèle est plus de mettre de la publicité, d'utiliser du "temps de cerveau disponible"...C'est on prend un abonnement et on regarde ce qu'on veut, autant qu'on veut ! Après il y a d'autres modèles de publicité, mais c'est plus du tout le même business-model. Donc ça a des conséquences directes sur la manière dont on l'écrit.

Et ça, c'est pas que chez nous en France. Quand j'étais à Berlin la semaine dernière en compagnie de différents acteurs du marché européen tout le monde se disait : mais qu'est-ce qu'il va se passer la semaine prochaine ? Entre Séries Mania qui était y'a deux semaines et la réunion là, qu'on a eu hier, il s'est déjà passé plein de choses.

### **Il y a eu notamment l'annonce de Delphine Ernotte concernant l'Alliance, un rapprochement entre France Télévision, la RAI italienne et la ZDF allemande dans le cadre de la fiction.**

Oui ! Alors il y a ce qui se passe en France et ce qui se passe dans le monde en fait. Et ce qui se passe en France, c'est que pendant des années, les diffuseurs ont été les gens qui ont financés la production. Les diffuseurs français ont financé à 90% tous les programmes, d'où le rapport de force qui n'est pas le même. Mais en échange de ça, eux ils avaient droit à 3 diffusions sur leur chaînes et puis point barre. Ensuite, les droits revenaient au producteur, qui pouvait les exploiter partout dans le monde. En même temps les producteurs allaient pas au MIP. Ils sont tous sous-financés les producteurs français, c'est des petits producteurs indépendants. Donc ils ont pas les moyens par exemple, d'aller sur un marché à Hong-Kong pour inonder de programmes français. Les diffuseurs pourraient, ils ont suffisamment de capacité financière pour aller s'acheter un stand, vendre un programme etc. Mais ils peuvent pas le faire parce que c'est pas leur programme - sauf via le biais de leur filiale de distribution, France TV distribution par exemple. Mais aujourd'hui le problème des diffuseurs, c'est qu'ils se rendent bien compte de l'âge moyen de leurs téléspectateur qui est vieillissant. Tout le public jeune déserte la télévision. Eux ils sont diffuseurs de TV, mais s'ils étaient producteurs de leurs programmes, si Netflix ou d'autres chaînes pouvaient diffuser les programmes qu'ils ont financé à 90%, ils seraient plus contents. Forcément ! Aujourd'hui les diffuseurs, ils rêvent de devenir producteur. Les producteurs ont très peur, parce qu'ils se disent "oula, je ne vais plus être que producteur exécutif". Donc, on devient quelque part plus proche du système américain dans la mesure où on aurait - si c'est la tendance qui se poursuit - les producteurs dans un rôle de producteur exécutif qui travaillent pour de gros distributeurs, producteurs, qui seraient producteurs délégués et qui seraient les chaînes actuelles. Et ces dernières ensuite diffuseraient sur toutes les plateformes qui arrivent, ils pourraient y avoir des shows sur Google qui auraient été produits par France TV.

Le problème, c'est qu'en France, la loi ne permettait pas de faire ça. Tant qu'il y avait les décrets Tasca qui obligeaient à faire appel à des producteurs indépendants, les diffuseurs ne pouvaient pas. , les diffuseurs ne pouvaient pas. Donc là ils sont en train de contourner. C'est pour ça qu'en ce moment on a de plus en plus d'annonces du style, France Télévisions récupère Newen, Canal Plus lance une boîte de production en interne...Il avait pas le droit de faire ça avant. C'est nouveau ! Pour eux, c'est vachement plus intéressant de produire en interne, parce qu'il garde les droits.

### **Mais ça ne coûte pas plus cher de produire en interne ?**

Ça coûte plus cher à fabriquer, mais avant ça leur coûter de l'argent parce qu'ils finançaient la production en externe à 90% et ils récupéraient rien ! Ils avaient juste des droits de diffusion. Là ils se disent que même si c'est pas eux qui diffusent, ils vont récupérer de l'argent. Donc ils préfèrent financer à 90% quelque chose dont ils auront 90% du négatif, que quelque chose qui va rien leur rapporter. Ce que je comprends complètement.

**Dans l'écosystème actuel, il semblerait que le nerf de la guerre soit la production de contenu...**

Et c'est le truc qui est totalement paradoxal, c'est que le nerf de la guerre c'est le contenu, mais nous, scénariste, on a jamais été aussi mal payés !

**Pourtant on pourrait se dire que cette forte demande est une vraie aubaine pour les scénaristes !**

C'est une vraie aubaine...créativement ! C'est pas une vraie aubaine financièrement. Et c'est ça qui est hallucinant, il n'y a jamais eu autant de séries créées, et on peut s'amuser. Sur OCS on peut voir des séries qu'on a jamais vues ailleurs. Sur le web, on peut faire des séries comme on en jamais vu ailleurs. Le seul problème c'est qu'on en vit plus. Parce que c'est tellement peu payé...Et la plupart de ce qu'on pouvait en droit de diff' après, c'est en train de voler en éclats. Donc, gros problème.

**Et cette situation est valable partout dans le monde ?**

Partout dans le monde. Nous on s'en sort encore pas trop mal parce que la SACD négocie bien. Mais en Allemagne, les scénaristes ne touchent quasiment aucun droit d'auteur. En Angleterre, le revenu a été divisé par deux sur les dix dernières années. Y'a une dichotomie complète aujourd'hui entre la place du scénariste telle qu'on la fantasme, et la réalité économique dans la vie de tous les jours. Y'a 30 ans, quand j'étais à la fac quand on demandait qui veut être scénariste, y'a que moi qui levait la main, tous les autres voulaient être réalisateurs. Aujourd'hui, tu poses la même question à la fac, tout le monde lève la main. Mais y'a 30 ans on vivait super bien d'être scénariste. Tout le monde veut être showrunner aujourd'hui sans savoir en quoi ça consiste etc. Un peu comme en musique, y'a une sorte de prime au gagnant où y'a dix mecs qui vont tout faire, et 90% du reste de la profession qui est de moins en moins bien rémunérée. Le prix du scénario n'a quasiment pas augmenté sur les 15 dernières années. Il a même eu tendance à certains endroits à baisser. Le prix d'un unitaire à 45, 52mn à la TV est moins cher aujourd'hui qu'il y a dix ans.

**C'est paradoxal puisque par ailleurs on a une vraie inflation du coût de la production.**

Oui, mais le vrai problème est que la part qui est dédiée à l'écriture sur un budget de série ou de film en France est inférieure à 1%. Aux États-Unis c'est 5%. C'est con, mais ça fait une énorme différence en réalité.

**Pourtant dans l'objectif de contrer des acteurs tel que Netflix, on voit que les séries augmentent en volume mais qu'il y a aussi la recherche de quelque chose de plus qualitatif...**

...Oui, mais avec moins d'argent !

### **Mais une des solutions ne serait-elle pas de remettre justement l'écriture au centre du processus de production ?**

Ça justement, c'est une des questions sur lesquelles travaille la guilde des scénaristes. Je vous redirige vers Denis Goulette à ce sujet, qui y travaille. Moi je peux vous dire des choses en fonction de mon expérience, mais lui saura vous donner des réponses plus précises avec des chiffres. Il a un agenda, il défend les scénaristes, mais c'est un ancien représentant producteur.

### **Et vous entre collègues scénaristes, comment vous envisagez l'avenir ?**

Moi, j'ai une vision très particulière en fait. Je m'intéresse énormément à l'international, donc j'ai pas forcément la même vision que les gens qui s'intéressent au franco-français.

### **Mais aujourd'hui peut-on réellement se passer de l'international ?**

Je fais partie des quelques Français qui écrivons en Anglais et bossons à l'international depuis des années. On est totalement ouverts à ce genre de chose, on a envie de faire bosser les choses de ce côté-là. Mais on a derrière beaucoup de gens, chez les scénaristes, les producteurs tout ça, c'est très très dur de les faire bouger. Et d'ailleurs c'est symptomatique, à Séries Mania je discute avec des gens de différents pays pour faire des choses ensemble etc. J'arrive vers un producteur français et la première chose qu'il me dit "Netflix c'est de la colonisation !". Bah non pour nous scénaristes, c'est l'occasion de faire des trucs en plus et puis surtout nous coloniser avec nos propres produits, moi ça me dérange pas ! Et surtout c'est faire que des produits français qui n'auraient pas vu le jour vont être distribués en France, et ils vont être accessible par tout le monde, partout dans le monde. Donc je ne vois pas en quoi c'est de la colonisation. C'est peut-être de la colonisation en tant que business-model, mais en termes de création et d'œuvres on peut faire des séries aujourd'hui comme on en a jamais pu faire.

Le problème c'est le modèle économique. La manière dont nous scénaristes on est payés, c'est qu'on touche un minimum garanti sur les recettes à venir. Et ce minimum garanti il a pas évolué ces dernières années, voire il a baissé parce que les producteurs ont pas d'argent à sortir. Ils ont pas l'argent à sortir au moment où on écrit. En gros on est les premiers à travailler et les derniers à être payés. Donc avant on acceptait d'être payés beaucoup plus tard, parce qu'il y avait quelque chose à récupérer plus tard, mais aujourd'hui y'a plus rien à récupérer plus tard. Donc on nous paye quasiment pas en amont, et en aval...même si on est mieux lotis que les Allemands, que les Italiens et que les Anglais....Nous, le script en amont va être payé le même prix. Donc on était censé récupérer de l'argent 3-4 ans après une fois que c'est diffusé, fabriqué. Ça c'était de l'argent ponctionné sur le chiffre d'affaire des chaînes hertziennes et redistribué par la SACD. A partir du moment où c'est plus ponctionné sur les chaîne mais pris sur le web, au clic ou quoi. La même série qui passe sur France TV me rapporte plusieurs milliers d'euros et la même diffusion sur Apple TV me rapporte 5 dollars. On vit pas de la même manière, avec un mois où on touche 200 euros et un mois où on touche 5 dollars !

Mais par ailleurs je pense que créativement on vit des temps incroyables. J'ai vécu des années où faire de la science-fiction ici n'était pas possible, soit j'allais aux Etats-Unis, soit

c'était mort. Et c'était de toute façon mort parce que débarquer de France avec un projet de SF, alors qu'ils ont déjà 40 000 auteurs de SF...Alors que maintenant les producteurs sont moins frileux, bon même si la SF ça fait toujours un peu peur maintenant on peut parler de série d'anticipation, de dystopie etc. Et aujourd'hui bon je vais voir un producteur français, si ça l'intéresse pas je vais voir Netflix et ça va l'intéresser tout de suite. Je vais voir Amazon, je vais voir un producteur Anglais. Une série comme Dark en Allemagne y'a 5 ou 10 ans c'était inimaginable.

Sans aller aussi loin, sur OCS on voit des programmes qu'on ne voit nul part ailleurs, qui ne pourraient exister sur aucune autre chaîne. Et ce, pour une raison très simple; les gens d'OCS disent, voilà, on te file que dalle pour écrire. Mais comme on vous paye que dalle, on vous fait pas chier, faites ce que vous voulez. Les créateurs se lâchent. Et ils sont peut-être pas encore reconnus en France, mais ils commencent à avoir de la reconnaissance partout à l'international. Mais dans ce système on dirait que c'est un peu antinomique, on peut pas être créatif, et gagner sa vie. On est obligé de travailler sur plusieurs projets à la fois, de multiplier les projets pour avoir un salaire. Techniquement, on est fournisseur, le fournisseur tu le payes à 45 jours, en fin de mois. C'est-à-dire qu'en gros on est jamais payé à moins de 2 mois après avoir fini le travail. Et travailler 3 mois comme ça, en ayant en plus la tête à se demander comment on va vivre...Tous les pays où les gens sont super créatifs, c'est pas des pays où les gens sont obligés de se battre pour...Les pays nordiques c'est différent, c'est une espèce de grande famille, les étudiants de l'école de TV, le producteur et le diffuseur sont des gens qui travaillent ensemble du début jusqu'à la fin. Ils font peu de choses, mais ils le font bien et faisant peu de choses, je pense qu'ils ont la rémunération adéquate. Nous, on fait de plus en plus de choses mais les budgets n'augmentent pas. Le fait qu'il y ait de plus en plus de regroupement pour faire des gros groupes plus que des petits producteurs va peut-être faire qu'on sera mieux payé en amont, j'en sais rien. Skam par exemple, c'est considéré comme une série low-cost. Mais on a été pourtant mieux payé que le scénariste allemand de Skam qui est obligé de faire les textes transmédia lui-même pour gérer le public. Et on parle d'une série qui fait un carton dans beaucoup de pays !

Désolé, je digresse un peu, mais pour bien répondre j'ai besoin de répondre en remettant les choses dans leur contexte ! Après tout ce que je dis là, c'est mon avis personnel, vous trouverez évidemment des avis divergents. Y'a-t-il d'autres points que vous souhaitiez évoquer ?

**Oui, alors là c'est sur un tout autre sujet. Mais sur une plateforme de fan nommée Spotern, des produits commerciaux utilisés par les personnages de Skam sont identifiés et répertoriés. Je me demandais alors s'il avait été question de placement de produits dans l'écriture ?**

Alors là côté production j'en sais rien du tout, mais côté écriture absolument pas ! Mais par contre il nous a été reproché d'être plus sage, mon trash que la version originale norvégienne. Sauf qu'en France on a la loi Evin, qui nous interdit de mettre de l'alcool et de la cigarette à la télévision. Et concernant le sexe etc, il faut pas oublier que ce sont des mineurs. Donc des mineurs qui boivent, qui fument et qui ont des rapports sexuels sur le service public encadré par le CSA et la loi Evin, c'est pas nous qui jouons les timides, c'est qu'on pas le droit ! Et ce qui est sur le web, à partir du moment où c'est diffusé à la TV, c'est les même lois en fait. Mais comme je le disais auparavant, dans les scénarios y'avait pas "y'a de l'alcool partout, des orgies partout" etc. On voulait pas faire *Skins* déjà. Ça veut dire pour moi que dramatiquement ça n'a pas d'importance. Donc si le réalisateur veut rajouter des trucs il

pourrait le faire. Par exemple la scène où les filles sont beurrées, on les voit beurrées mais on voit pas l'alcool. Dramatiquement ça ne change rien. Mais j'étais étonné qu'on ait pu faire des scènes comme celle où elles achètent de l'alcool. Et Skam les protagonistes n'ont par ailleurs pas le même âge - ils sont plus jeunes - que ceux de *Skins*, du coup les expériences qu'ils vont avoir sont pas tout à fait les mêmes non plus.

Et côté France Télévisions ils veulent plus d'histoires d'amitiés, plus d'histoires d'amitié ensemble entre les filles...

### **C'est une série très féministe aussi finalement.**

C'est vraiment ces 5 filles qui sont les personnages centraux, donc de fait...Et j'ai eu aussi la bible et la note d'intention originales, et Julie Andem dit qu'elle a créé cette série pour aider les filles de 15 ans à prendre confiance en elles, à arrêter de se comparer, de dépasser ça et de pas être liées au jugement des autres. Et ça c'était les directives que j'ai gardé en tête lors de l'adaptation et que j'ai essayé d'appliquer jusqu'au bout. Pour moi en adaptation si la forme diffère c'est pas grave, tant que l'intention de départ est là. En lisant les bibles originales et en réfléchissant aux personnages, ça m'a rappelé un livre de développement personnel que j'avais lu il y a quelques années qui s'appelle *Les 5 blessures qui empêchent d'être soi*. Et en fait je me suis rendu compte que chacune des filles correspondait à une blessure. J'ai amené le livre, on l'a tous lu et on a tiré ce fil pour l'adaptation.

## Annexe 3 – Entretien avec Antonio Grigolini, directeur de France TV Slash

### **Entretien conduit le 29/05/2018**

**Je souhaiterais alors aborder maintenant le sujet de Skam, comment ce projet est venu à vous ? Car j'ai cru comprendre qu'il n'était pas initialement destiné à France TV Slash ?**

Disons que côté France TV, il y a eu assez rapidement la volonté de l'adapter. Et cette volonté disons s'est manifestée avant même la naissance ou en tout cas la validation de Slash. Parce qu'on s'est tout simplement dit que c'était un excellent programme de service public qui arrivait à parler de la vie des lycéens disons mais des jeunes en général tout en gardant un prisme service public et tout en gardant un parti pris d'écriture plutôt intéressant. Et du coup au sein du groupe il y avait l'envie de le faire avant même l'arrivée de Slash. En ensuite en parallèle les 2 sont croisés, on s'est dit l'endroit naturel pour le faire aujourd'hui c'est Slash. Mais ce qui était intéressant dans Skam Norvège c'était la manière de raconter des histoires et le parti pris de diffusion et tout simplement les histoires quoi.

**Et quand tu dis que c'était déjà un programme prévu au sein du groupe c'était plutôt au sein de quelle entité du groupe ? France 4, ou encore Nouvelles Écritures ?**

Ah non c'était la présidente ! Et le comité exécutif, les gens autour de la présidente qui ont vu passer le phénomène Skam, parce que c'était et c'est toujours un vrai phénomène norvégien puis mondial maintenant avec les adaptations. Ils se sont dit "il faut y aller !".

**Et cette réflexion s'est donc faite indépendamment d'une réflexion préalable sur quelle section de la plateforme digitale France TV l'insérer, même parmi celles qui existaient déjà ? C'est-à-dire aussi avant les réflexions concernant elles sont divers faut y aller ok sans avoir décidé**

Quand Slash est né ça nous a paru être l'endroit naturel mais au fond c'est la même problématique. C'est comment le service public arrive à renouer le lien avec des gens qui ont un lien beaucoup plus distendu avec la télévision aujourd'hui, et spécifiquement avec France TV. Skam en tant que programme et Slash en tant qu'offre répondent à la même question fondamentale.

**Justement pour revenir sur l'aspect phénomène de la série originale, Skam Norvège, celle-ci avait déjà une fan base assez importante en France. Pourquoi faire le choix d'une adaptation au lieu de l'achat des droits de diffusion ?**

Alors, sur le fait de l'acheter, on s'est posé la question. Après je n'ai pas checké, mais je pense qu'en dehors de la Norvège il n'y a quasiment pas d'exploitation légale de Skam, pour une raison très simple. Quand on écoute la B.O. il y a tout en fait, il y a Justin Bieber, il y a tout ce que tu veux. Et c'est la législation norvégienne qui permet ça. Si on voulait faire la même chose en France ou même ailleurs dans le monde en gardant la B.O...Enfin ça poserait

tout de suite la question des droits musicaux. Des questions qui risquent d'être bloquantes quoi. Parce que ça peut coûter un bras tout simplement.

### **Ça coûtait donc moins cher de l'adapter que de racheter les droits ?**

Du coup, l'enjeu c'était aussi de, à partir du parti pris de Skam, de l'ancrer le plus possible dans la réalité française. C'était pas tellement proposer Skam pour proposer Skam. C'était côté France TV, raconter la vie du pays aujourd'hui. En tout cas pour nous, la question de l'acquisition s'est posée en plus de l'adaptation mais ce qu'on voulait faire c'était une adaptation. Et ce qu'on essaie de faire c'est l'ancrer avec Banijay, avec les autres auteurs dans la vie française. Ensuite il se trouve qu'il y avait déjà une fanbase en France du Skam norvégien, d'où l'idée notamment de garder le titre original Skam. Et toutes les autres adaptations qui sont venues après on gardé la même appellation comme Skam Austin pour les Etats-Unis par exemple. Justement pour démarrer à partir d'un fan base déjà installée. Et ce qui est fou dans Skam France, c'est qu'en vrai l'audience de Skam France, elle est mondiale. C'est-à-dire que nos diffusions légales sont évidemment géobloquées et après évidemment qu'on arrive pas complètement à endiguer le piratage et on voit que c'est regardé dans plein de pays, en Russie notamment par exemple. Skam France est hyper fort en Russie. Il doit y avoir une page de VK qui est un peu l'équivalent de Facebook, avec peut-être 300 000 fans quelque chose comme ça ? Evidemment ils ont des moyens pour regarder qui ne sont pas légaux parce qu'on n'ouvre pas le signal, mais bon...

### **...Mais pour vous ça participe de la diffusion et du rayonnement du programme ?**

C'est quelque chose qu'on avait pas forcément anticipé. Quelque part ça pose des questions de droit évidemment très sérieuses, mais en soit pour le programme c'est que tout d'un coup ta fanbase soit mondiale - même si c'est pas Games of Thrones certes. Mais quand même y'en a partout, dans pas mal de pays et c'est cool quoi. Ca n'arrive quasiment jamais avec une série française. Et je sais pas si tu vois, mais ce qui se passe, dès qu'on publie une séquence, quelques heures après t'as plein de compte qui te sortent la séquence sous-titrée, avec les sous-titres traduits en Italien, traduits en Russe, en Anglais bien sûr, en Espagnol. Ce sont les fans qui font ça, mais perso moi j'ai jamais vu ça sur une série française. On voit des communautés qui jouent avec, font des mêmes, des fanfictions...c'est passionnant et il suffit de regarder les commentaires sur les comptes Instagram des personnages : tu en as en Russe, en Espagnol, en Italien...Et un jour on a laissé par erreur en ligne un épisode un peu en avance par rapport à la diffusion prévue, genre 10 minutes en avance. Et dans les 10 minutes on a reçu sur la page Facebook un message d'une fan anglaise, en anglais, qui disait "attention vous avez publié l'épisode en avance" !

**Je souhaiterais rebondir sur ce que tu disais précédemment sur le désir de faire une adaptation afin d'être au plus proche des réalités, des problématiques des adolescents français aujourd'hui. Dans la presse, certains articles qui comparent les deux séries disent que la série Skam France est peut-être un peu plus sage, qu'on voit moins d'alcool par exemple. Est-ce qu'il y a une discussion sur les thèmes de la série ? Comment s'est fait la distillation des thèmes et quel était le poids des scénaristes dans ce cadre ?**

En TV, c'est toujours collectif. Donc c'est toujours des auteurs qui discutent avec le réalisateur qui discute avec le producteur qui discute avec la chaîne qui discute avec tout le monde.

C'est toujours un produit collectif, toujours. A la fin c'est la mécanique classique où ce sont bien évidemment les auteurs qui écrivent. Mais le résultat final est toujours le résultat d'un collectif de travail qui est parfois d'exigences divergentes ou différentes. Sur le côté sage, oui c'est assez sage notamment par rapport à la version norvégienne. C'est nettement plus sage que la version italienne, quand on regarde ne serait-ce que le trailer de la version italienne. Ensuite il se trouve que la version italienne a été adaptée par l'équivalent d'un FAI, ils n'ont pas de diffusion linéaires, ce ne sont même pas des diffuseurs linéaires donc ils n'ont pas de signalétique -10, -12 CSA. Et même en terme de positionnement éditorial, c'est un FAI donc pas du tout une chaîne de service public. Nous on savait dès le départ qu'on aurait une diffusion antenne sur France 4. Et quand tu as une diffusion sur France 4, pour le coup si tu veux être diffusée avant une certaine heure, t'as des choses que tu peux tout simplement pas mettre dans une fiction. Il faut que ça reste dans la signalétique. Tu as un enjeu aussi éditorial. C'est-à-dire que par rapport à la continuité dans la chaîne de l'antenne, il faut pas qu'il y ait trop de rupture. Notamment pour France 4 qui est une chaîne familiale où il y a énormément d'enfants. Donc tu peux pas tout d'un coup à 20h, devant un public familial où par définition, t'as des parents et les enfants, injecter des dessins de sexe trop explicites par exemple. Le côté un peu plus sage vient de là. Et sur les thématiques on a repris celles de la série initiale en essayant de les ancrer dans la réalité française. Le public par exemple, surtout les fans de la version norvégienne, nous disent mais pourquoi le personnage d'Imane, ne porte pas le voile à l'école : bah parce que c'est la loi ! Et d'ailleurs dans le premier épisode, il y a une scène qui se passe devant le lycée et on voit justement l'image Imane qui rentre dans l'école et de ce fait, enlève son voile. On voulait justement le montrer tout de suite pour signifier cette différence avec le personnage de la série norvégienne Sanaa, qui elle porte le voile parce que les lois sont différentes.

Ça aussi, c'est mine de rien...c'est une opportunité d'adaptation. A partir d'un personnage fort avec ses enjeux, comment ce personnage-là tu le plonges dans la réalité française pour raconter une histoire qui très proche mais dont le contexte est différent ? Mécaniquement l'histoire veut dire autre chose. Le contexte change, donc ça sera pas perçu dans la même manière.

### **Pourquoi ce choix de garder une diffusion sur France 4, pourquoi ne pas avoir juste diffusé sur la plateforme France TV Slash ?**

Parce qu'on s'est dit que quand tu as la possibilité d'avoir une diffusion antenne...en fait on a même réfléchi dans l'autre sens: ok, on a la possibilité de diffuser à la TV, pourquoi s'en priver ? C'est quand même fenêtre supplémentaire d'exposition donc on a plutôt raisonné dans ce sens-là.

### **Est-ce que c'est cela qui a joué sur la durée des épisodes ? Parce que là, nous ne sommes pas face aux mêmes durées que les épisodes norvégiens qui font une quinzaine de minutes - ici vous êtes plutôt dans du 20-21 minutes.**

Alors, il y a deux choses sur la durée. Globalement on fait des séquences qui sont un peu plus courtes dans le sens où la version française est plus resserrée, la narration est plus ramassée. Il y a moins de scène d'attente ou de contemplation - qui sont des scènes assez fortes hein, dans la version norvégienne. Mais nous on a pris le parti pris d'avoir quelque chose de plus ramassé, de plus rapide. Aussi parce qu'on sait que sur internet il faut que tu démarres vite sinon les gens partent vite aussi. Aussi, les épisodes norvégiens ne sont pas du tout des épisodes normés, ce sont pas des épisodes de 20 minutes. Il y a en a qui font un

quart d'heure d'autres qui font 50 minutes. C'est assez varié, c'est en fonction de ce qui se passe dans la narration. Et on a fait aussi un choix en gardant en tête la diffusion TV, c'est impossible de demander à France 4 de diffuser un coup 15 minutes et un coup... Enfin, c'est pas impossible en soi mais c'est beaucoup plus compliqué de demander à France 4 de diffuser un coup 15 minutes un coup 50, tout est très normé dans la télévision française. au silence la télé française qui parents permet et du coup l'a fait le choix d'avoir non Et aussi par rapport à la version norvégienne dont on s'est aussi dit ok il faut qu'on crée quand même un rendez-vous de diffusion donc nous on diffuse tous les vendredis à 18h30 l'épisode un entier même s'il y a des séquences, qui dans les faits se passent *après* vendredi 18h30. Souvent t'as des scènes le vendredi à 21 heure 30 donc évidemment diffuse la séquence qui s'appelle vendredi 21h30, vendredi à 21h30 mais à 18h30, on a déjà diffusé l'épisode entier qui comprend la séquence d'après. Donc c'est un peu radical par rapport au parti pris norvégien. Pour rendre la chose un peu plus lisible, l'autre truc à garder en tête c'est que le marché français par rapport au marché norvégien, ça n'a rien à voir. C'est un marché beaucoup plus saturé, avec beaucoup plus de monde, de propositions et donc c'est plus difficile d'émerger. Et c'est plus difficile de créer un phénomène comme Skam l'a été en Norvège. Du coup on s'est dit, d'accord si on sort l'épisode tous les vendredi soir à 18h30, c'est un réflexe, c'est un rendez-vous ça va faciliter la vie aux gens quoi. Même si par rapport à la version parti pris radical de la version originale c'est pas totalement orthodoxe on va dire.

**Quand tu parles de parti pris plus radical, tu veux dire que l'épisode entier était diffusé une fois que les extraits-séquences étaient diffusés ?**

A mon sens - mais ça vaut le coup de vérifier - ils prenaient la temporalité beaucoup plus au pied de la lettre, dans le sens où tant que tu n'avais pas la dernière séquence-extrait diffusée, tu n'avais pas l'épisode en entier de diffusé. L'épisode en entier était diffusé une fois que tous les extraits avaient été mis en ligne.

**Par rapport aux différences avec la version originale, on constate que la stratégie sur les réseaux sociaux de Skam France est beaucoup plus poussée avec une narration, une ligne éditoriale assez développée conduite par l'agence de communication et production Bigger Than Fiction. Comment est arrivée l'envie d'inclure une agence de communication dans ce projet ?**

Alors comme Bigger Than Fiction c'est aussi une prod', donc ils ont des auteurs et tout ça donc et c'est à ce titre aussi d'ailleurs qu'ils ont été vite associé par Banijay au projet. Après nous on connaissait bien par ailleurs Bigger Than Fiction. On a remis aussi nos dispos de diffusion au goût du jour. Par rapport au moment où Skam a été diffusé en Norvège, Instagram à l'époque n'avait pas du tout à l'époque le même poids, le même rôle. Tout simplement t'avais pas les mêmes fonctionnalités, tu n'avais pas de stories. Donc on s'est dit que si on essayait de raconter la vie quotidienne d'un lycéen, il fallait être bien présent sur Insta avec des stories notamment. Sinon c'est juste...c'est bizarre quoi. Donc d'un point de vue de l'éditorial, de l'écriture la première exigence a été de coller au contexte. Et donc du coup de mettre à jour le dispositif norvégien. Ensuite par rapport à la version norvégienne, du point de vue de la distribution, on a fait le choix aussi de ne pas diffuser que sur France.tv. Mais aussi la diffuser sur Facebook et YouTube.

Et on s'est aussi dit ça, parce que, pareil, comme le marché est beaucoup plus saturé en France, si t'es pas sur YouTube, pour émerger c'est d'autant plus compliqué. C'est d'autant plus compliqué quand on est sur notre plateforme France.tv avec des personnes qui

cherchent à regarder des programmes de France Télévisions. Autant dire qu'en moyenne ils ont 50 ans et pas 18 ! Donc si tu dis que tu proposes une série pour des gens qui ont 18 ans sur une plateforme où la moyenne d'âge du public a 50 ans, tu ne mets pas forcément toutes les chances de ton côté...D'où le fait aussi de diffuser sur YouTube et sur Facebook. Et d'ailleurs sur YouTube, ça marche beaucoup mieux que sur Facebook. Et en dehors de notre plateforme qui est France.tv et qu'il faut pousser, les deux plateformes les plus pertinentes sont clairement YouTube et Instagram. Plus que Facebook.

**Effectivement, les tendances concernant Facebook aujourd'hui montrent que la population sur cette plateforme est plus âgée, et que les plus jeunes se transposent sur Snapchat et Instagram.**

Oui tout à fait.

**Mais ça reste quand même intéressant de rester sur Facebook donc ?**

Oui, oui. Après c'est vraiment YouTube qui nous aide à faire découvrir aux gens la série. YouTube et Insta. Sur Insta on a tout de suite trouvé un public. Dès le premier jour.

**Concernant la communication de France TV Slash en général, vous avez notamment fait réaliser un clip de publicité par Publicis pour le lancement de la plateforme. Y'avait-il aussi dès le départ une envie de pousser davantage la communication de FranceTV Slash et de faire appel à des opérateurs extérieurs dédiés pour la communication ?**

Alors en général pour les campagnes de communication on passe par des agences. Mais là c'était un peu plus simple que ça, on s'est dit ok on lance une offre et c'est utile de faire une campagne quand tu quand tu lances une offre. On a pas fait la campagne tout de suite aussi parce que au départ il était prévu que...enfin nous on aurait tellement aimé avoir une période de *soft launch* comme on dit. C'est-à-dire de commencer à publier sans communiquer. Sans communiqué de presse, sans dire "coucou on lance un truc", mais juste publier des offres internet. Chose que tu peux faire quand t'es un média complètement nouveau mais pas quand t'es un média complètement nouveau et qui s'appelle France Télévisions. Quand tu t'appelles France TV, dès que tu publies un truc sur internet avec une marque France TV, t'as un journaliste qui pose la question de qu'est-ce que vous êtes en train de faire ? Et du coup on a décalé la campagne aussi parce qu'on voulait quand même se donner un peu de temps de rodage quand même sur Slash. C'est pour ça qu'on a lancé Slash en février et que la campagne est arrivée deux mois après. Si tu regardes les lancements de quasiment tous les nouveaux médias qui se sont lancés récemment type Loopsider, Brut etc. Brut au début ils n'ont pas fait de communiqués de presse au lancement, ni rien. Ils ont commencé à publier et puis ils se sont rôdés. Et quand la machine a commencé à fonctionner, là ils ont fait des communiqués de presse pour dire "coucou nous c'est Brut". Mais c'est pas comme une chaîne de télé qui est obligée de communiquer tout de suite, rien ne t'empêche de commencer à publier sur internet, regarder ce qui se passe et communiquer après.

**Peut-on aussi parler alors d'une exigence de transparence quand on est un acteur comme France TV ? Une exigence qui induit une forme de responsabilité et donc la nécessité de communiquer ?**

Alors il y a ça sans doute, mais la vraie raison c'est que quand tu t'appelles France Télévisions et tu commences à publier des trucs sur internet, t'as toujours un journaliste qui te pose la question parce que c'est un grand média, et un grand média public. Alors ça pour la transparence, tu as complètement raison, ça on l'a intégré depuis le début. On essaie de d'explicitier tout ce qu'on fait, d'expliquer pourquoi on le fait, c'est hyper important. Pour tout le monde et d'autant plus quand t'es un média public. Ensuite là, la question c'est est-ce que tu te donnes quelques mois pour commencer à publier et ajuster, sans pour autant avoir tout le carcan de la communication, du communiqué de presse, des journalistes qui posent des questions. C'est plus une période de temps pour bosser un peu plus tranquille.

**J'aurais maintenant une question qui porte plus sur l'aspect financier de cette problématique. Les différents acteurs médiatiques ont aujourd'hui une exigence de production de contenu de plus en plus grande, tant en volume qu'en qualité avec parfois moins de moyens. Est-ce que finalement il ne reste pas aussi moins d'argent dédié à la communication ?**

Quand on est un grand média comme France TV, on a forcément un budget communication, qui peut être plus ou moins en croissance. Mais la question c'est où est-ce qu'on le met ? Après la question quand tu publies sur internet c'est où je mets le curseur entre les budgets que je dépense pour la comm' et les budgets que je dépense sur les contenus tout court, qui de part eux-mêmes, puisque c'est sur internet, peuvent fonctionner. Et ta meilleure comm' c'est ton contenu en fait. Dès que tu postes sur les réseaux, ton contenu est susceptible de circuler et d'être largement partagé. Et donc là, la meilleure manière, la plus puissante pour te faire connaître, c'est ton contenu et pas une pub qui raconte ton contenu. Après c'est hyper utile et même indispensable, d'avoir de la communication et de la pub mais on est pas une chaîne de télé, on est sur internet. T'as pas besoin de faire une vidéo pour dire que t'as fait une vidéo, je sais pas comment dire. Après t'as besoin de la pub pour autre chose, pour dire clairement aux gens "c'est important pour France TV", pour se faire connaître. Après le budget peut être investi sur du marketing à la performance qui lui n'est pas vraiment de la pub. Mais c'est de l'achat d'espace ou de la sponso.

**Quel est le modèle économique de France TV Slash ?**

C'est le même que France Inter, France Bleu, Arte, l'INA, TV5 Monde... On est un média public, on est pas une filiale. On a pas besoin d'être rentable, notre mission c'est pas de gagner de l'argent. Notre mission c'est de respecter le budget alloué, et puisque c'est le modèle de France Télévisions, de générer du revenu publicitaire. En soi France 2 ou France Inter ne sont pas rentables, c'est-à-dire qu'elles coûtent plus que ce qu'elles ramènent en termes d'argent, mais c'est normal ce ne sont pas des entreprises privées. Et nous c'est pareil. On doit avoir des comptes à l'équilibre au sens où on a un budget qui nous est alloué et on doit les respecter. On doit faire en sorte que la publication sur l'internet, parce que ça fait partie du mode de financement de France TV, génèrent des revenus publicitaires.

**Mais vous n'avez pas de partenariats spécifiques avec des marques par exemple ?**

On se l'interdit pas ! Pourquoi pas. Mais on est pas du tout dans l'équation d'un média purement privé numérique comme Konbini, qui pour vivre a besoin de revenus et a besoin de convaincre des investisseurs. Nous on est dans un autre schéma, nous on a des missions qui nous sont confiées, des cahiers de charges, des objectifs...des objectifs chiffrés aussi

bien sûr. Mais le modèle c'est pas la rentabilité au sens strict, c'est l'équilibre dans le contexte qui est le nôtre.

**Je me permettais de poser la question parce que parmi les différentes communautés de fans de Skam France, il y a notamment une plateforme qui s'appelle Spottern qui repère les différents produits, cosmétiques ou habits portés par les personnages. Et il y a des moments, lorsque le personnage de Manon met son rouge à lèvres par exemple, où l'on voit bien la marque. Donc je me demandais s'il y avait une forme de placement de produits.**

Non, on voit bien la marque mais ça ne fait pas partie d'une stratégie intentionnelle ou voulue. D'ailleurs sur YouTube on ne monétise pas, il n'y a même pas de pub sur YouTube. La pression publicitaire est très très faible, non non ce n'est pas pour ça qu'on fait Skam en fait. Et c'est pas pour ça qu'on fait Slash, c'est pas pour aller chercher une cible publicitaire. Le revenu publicitaire fait partie du modèle de financement de France TV, mais on est pas dans une philosophie de fonctionnement différente des médias ou des marques linéaires du service public.

**Quel est l'avenir des prochaines saisons de Skam France et peut-être d'autres contenus de Slash, avec l'annonce récente de la suppression de France 4 de la TNT ?**

Alors ça on sait pas. Alors, comment dire, sur la réforme globale de l'audiovisuel public, on est en attente des arbitrages du gouvernement. Donc oui il y a des rumeurs tout ça, mais on est en attente des annonces du gouvernement. Pour le reste, pour le projet Slash, on est assez tranquille. Parce qu'on sait qu'on répond à un besoin, à un objectif. Ensuite est-ce que ça va changer de nature, de forme ou de marque ou pas du tout j'en sais rien en fait. On va bientôt savoir, mais j'en sais rien. Et sur Skam non, ce que je peux dire c'est qu'on est très contents de comment les choses se passent donc...Moi, à titre personnel j'aimerais bien faire les saisons suivantes.

**Donc a priori ça ne met pas en danger les prochaines saisons de Skam ?**

Non ! Je pense pas ! Honnêtement je n'ai pas trop d'infos, je pense que pour un projet comme Slash il n'y a pas trop d'inquiétudes à avoir. Sachant qu'en vrai ça ne coûte rien par rapport aux chaînes linéaires. Par rapport à un budget de chaîne linéaire généraliste, c'est sans commune mesure, c'est une fraction voire moins d'un centième d'un budget de chaîne linéaire. Donc ça va quoi. C'est pas là où on va faire des économies. Donc je suis relativement confiant. Après on en sait rien, on verra bien.

**Et sur Slash il y a aussi Ping-Pong comme fiction, est-ce qu'il y a une envie, une intention de faire plus de fictions de votre part ?**

Ah oui il va y en avoir plein ! Il y a plein plein plein de fictions qui vont être développées à partir de la rentrée, qui vont être tournées à partir de la rentrée. On va avoir aussi des acquisitions de séries étrangères, mais surtout beaucoup, enfin beaucoup, pas mal de productions françaises. On va faire des séries quoi.

**Et toujours à destination d'un public adolescent ou plus âgé ?**

Pas nécessairement adolescent, peut-être plus âgé. Après sur Skam, le cœur de cible est âgé disons entre 18 et 24 ans. Il y a des 13-17 devant cette série, et ils sont nombreux. Mais disons plus de la moitié du public de Skam est âgé entre 18 et 24 ans. Et 95% du public de Skam a moins de 35 ans. Donc on est pile dans la population qu'on voulait toucher. Mais ils n'ont pas 14 ans en fait. C'est une des questions qu'on se posait; est-ce que le public est pas trop jeune ? Et non, les spectateurs ont plus 20 ans que 14 ans en fait.

Avec France TV Slash, ce qu'on essaye de faire au fond, c'est de décliner France Télévisions, donc ses missions, son savoir-faire, ses valeurs. C'est une offre France TV pour les plus jeunes donc c'est-à-dire que c'est une offre généraliste où y a la fois des séries, des séries documentaires, de l'humour, donc c'est large. Ça veut dire qu'on est dans un esprit très service public donc bien ancré dans la société, plutôt bienveillant, plutôt attentif à des sujets comme les discriminations ou ce genre de choses. Ensuite ce qu'on essaye de rajouter à partir de de cette idée de base c'est...Comment dire ? En termes de lignes éditoriales on essaie d'être sur la thématique proche de la vie concrète des gens entre 18 et 30 ans : l'orientation au travail, les discriminations, le corps, le sexe ce genre de choses. On essaye de les aborder via des programmes. Ce qui est une différence majeure par rapport à d'autres acteurs, qui visent la même population. Je pense aux médias purement numériques comme Konbini etc qui sont de véritables géants. Nous sommes microscopiques à côté. Mais à la différence de Konbini on va pouvoir proposer des séries, des séries documentaires, des vrais programmes. Des choses que Konbini ferait très difficilement. Donc c'est ça une des différences, un des marqueurs.

**Votre mission c'est d'être l'offre service public pour des jeunes qui ne sont par ailleurs plus trop sur les propositions linéaires du service public ?**

Déjà dans notre marque on ne gomme en pas du tout le fait qu'on est France Télévisions parce qu'on s'appelle pas Slash, on s'appelle France TV Slash. Donc c'est important, on s'est dit que les gens doivent savoir que c'est France TV qui te cause, sinon c'est bizarre. Du coup on sait qu'on a un prénom plutôt cool qui est celui de Slash, et un nom de famille plutôt difficile à porter, France Télé, quand tu t'adresses à des gens de 18 ans. Mais il y a plein de personnes qui ont des noms de famille pas facile à porter et qui réussissent, donc c'est possible.

**Et dans ce cadre d'essayer de parler à des populations plus jeunes, est-ce qu'il y a des formats ou des programmes qui vous semblent plus adéquats ou stratégiques ?**

On reste généraliste. Ensuite dans les thématiques, dans l'écriture, dans les codes et dans le ton l'idée c'est d'être en phase avec ce que les gens regardent aujourd'hui. Si on est sur les plateformes on va essayer d'y être de manière pertinente. Si on fait des stories on essaye de bien les faire quoi, parce qu'on sait que c'est important. Ensuite en termes de genres, on est pas du tout ultra formatés. D'ailleurs s'il y a une des évolutions qu'impose le délinéarisé, y compris dans l'écriture, c'est quelque part le déformatage. Sur Netflix, y'a plein de séries dont les épisodes n'ont pas du tout la même durée. Ce qui est inconcevable ou ce qui était inconcevable en télé linéaire, où tu sais que d'inventer 21 minutes ou 52 minutes 90 minutes. Mais t'as pas un coup 26, un coup 40, 32 ou 15. Parce que dans une antenne linéaire, c'est important d'avoir des durées établies. En streaming tu t'en fous en fait. C'est pas vraiment un problème que ton épisode fasse soit 26 minute soit 29 ou autres. Et du coup pour nous la déclinaison de ça, c'est qu'on se pose pas la question en termes de formatage. A l'époque par exemple Studio +, commandait des trucs qui faisaient tous 10x10 minutes. Bah pourquoi

en fait ? C'est l'écriture qui décide du format, de la durée. Et pas la durée qui décide de l'écriture.

**Peut-être par forcément en termes de durée de format, mais une étude récente de Dentsu Aegis démontre que les gens sont plus friands de fiction. Et au-delà de la liberté que l'on peut se réserver en termes de durée ou pour mettre en forme les productions aujourd'hui, y'a-t-il une volonté de votre part de se tourner davantage vers des genres en particuliers comme le documentaire ou la fiction ?**

Les deux. On sait qu'on va avoir des séries de fiction et on sait qu'on aura des séries documentaires. Et l'enjeu pour les saisons à venir c'est d'être le plus ambitieux possible dans les programmes. Que ce soit dans la voilure des programmes, dans les thématiques qu'on traite, dans leur puissance...d'être un peu plus ambitieux que les séries documentaires qu'on fait aujourd'hui sur internet par exemple. D'être un peu plus de un peu plus proche du niveau d'ambition que tu peux avoir avec un programme linéaire. Pas dans l'écriture, qui doit rester complètement numérique mais dans la mission.

**Quand tu dis être aussi ambitieux qu'un programme linéaire, concrètement ça veut dire quoi ?**

Ça veut dire aborder des thématiques centrales dans la vie des gens et être puissant. Et d'être le plus exhaustif possible. Je te fais un exemple, parmi les projets de documentaires qu'on a là, y'a un projet sur le "digital d'abord". Le digital d'abord, dont on ne parle pas beaucoup aujourd'hui mais c'est déjà le quotidien. Le digital d'abord c'est le chauffeur Uber, le livreur deliveroo mais c'est aussi chacun de nous, quand on est sur Facebook ou sur une plateforme. En fait on est en train de travailler, dans les faits. Ça veut dire parler des plateformes de micro-travail. Et par exemple on se dit ok on prend cette thématique-là. Et on a fait une série d'une série documentaire ambitieuse qui raconte l'ensemble de ce que c'est et qui a idéalement, si on est bon, vocation à devenir LA référence - du moins pendant un certain temps - sur cette thématique. En fiction ça pourrait être par exemple arriver à écrire et à proposer un équivalent du Skam français, enfin pas l'adaptation française mais une histoire, un format, ou une fiction qui ne soit pas le dérivé d'une fiction mais qui soit complètement originale. Qui soit pensé, diffusé, produit et écrit par un diffuseur français pour un public français ou francophone.

**Dans ce cadre-là, les séries documentaires et les séries de fiction sont-ils des formats vers lesquels vous vous portez explicitement plus que des micro documentaires par exemple ?**

En fait l'important c'est d'avoir les deux. Si on fait que des gros programmes, on perd le contact quotidien avec le public. Ça c'est le pari. Si on a que des séries, des séries documentaires et que ça, du coup on est assez proche d'un Studio +, d'un Blackpills, d'une plateforme de programmes qui est un peu moins forte par exemple sur les réseaux. Tous les jours, jour après jour. Donc il faut qu'on ait à la fois un stock de programmes costauds, puissants façon Blackpills ou Studio + par exemple. Pour l'instant avec pas le même budget évidemment, mais bon pour comprendre ce que j'essaie de dire. Et en même temps qu'on ait le contact quotidien avec le public, via une présence percutante sur les réseaux avec des formats légers, avec des prises de parole plus légères, avec des stories. Si on a pas ce contact quotidien avec les gens c'est beaucoup plus compliqué.

**D'ailleurs je vais rebondir sur ce que tu viens de dire, parce que dans un entretien que tu as donné début février à Numérama tu as dit que tu souhaitais garder pour Slash un ancrage sur la plateforme France TV, et pas devenir un média de plateformes. Qu'est-ce que tu entends par là ?**

C'est indispensable ! On peut pas être complètement dépendants de plateformes. Sinon, regarde Facebook, ils ont changé l'algorithme et tout d'un coup il y a eu des boîtes qui ont littéralement fait faillites du jour au lendemain. Si t'es complètement dépendant des plateformes, t'es captif. Tu leur donnes la grande partie de la valeur de tes programmes, la valeur économique, financière. Et t'as pas de chez toi en fait. Donc l'idée c'est d'avoir un ancrage puissant sur France TV, que ça existe et en même temps, parce qu'on peut pas s'en priver, être percutant sur les plateformes. Concrètement ça veut dire quoi ? Pour Skam l'épisode intégral est d'abord diffusé sur France TV et mis sur YouTube 24h à 30h après. Comme ça t'as une vraie raison d'aller voir l'épisode sur France TV. Dès qu'on a une série en entier sur France TV, on la diffuse en binge sur France TV, tous les épisodes d'un coup. Et ensuite sur YouTube on va égrener un épisode par semaine. Comme ça si t'as envie de regarder toute ta série en entier, en binge, pour le coup tu le fais sur France TV.

**Donc vous adaptez la mise à disposition sur France TV aux usages de consommation.**

Voilà, en termes de programmation, de diffusion, on essaye de faire en sorte qu'il y ait toujours une bonne raison de d'aller voir France TV.

**Je m'interrogeais sur votre philosophie de plateforme. On a l'impression qu'aujourd'hui les plateformes sont devenues de vraies armes de guerre pour faire face à des concurrents type Netflix ou Amazon. On voit que de plus en plus d'acteurs jouent la carte de leur plateforme en streaming. Iplayer avec la BBC, et récemment le projet de différents acteurs britanniques de se rapprocher pour créer leur plateforme commune. Et vous à terme comment vous voyez France TV Slash ?**

Nous on est déjà sur la plateforme France TV, ensuite la question c'est, vis-à-vis des autres acteurs de l'audiovisuel français c'est effectivement : est-ce qu'on arrive à créer une plateforme qui mutualise une destination unique ? Mais on a déjà fait le pari de ne pas avoir d'application à part, ne pas avoir de site à part. On est dans la plateforme générale France.tv à côté de France 2, France 3 etc. Et si t'as pas cet ancrage-là, t'es perdu dans la nature ou alors t'es complètement dépendant des plateformes. Ce qui est inconcevable, d'autant plus si tu travailles avec de l'argent public.

**Sur le long terme il était question de rapprocher différents acteurs publics de l'audiovisuel pour qu'ils travaillent ensemble. Est-ce qu'on peut éventuellement aussi envisager une plateforme qui va regrouper les différents contenus ?**

C'est possible, après ce sont des arbitrages lourds. Oui, oui je pense.

**Tu penses que c'est une bonne stratégie à adopter que d'avoir une destination de plateforme unique pour l'audiovisuel public français ?**

Globalement oui ! Après est-ce que c'est que l'audiovisuel public ou est-ce qu'on rajoute aussi d'autres partenaires privés ? Ce sont les discussions en cours, enfin c'est le cas en Angleterre. Quand t'es face à la puissance de pénétration d'un Netflix, tu te dis soit on se met ensemble, soit on va se faire écraser en fait. Netflix, c'est déjà LA référence sur les séries pour une génération entière aujourd'hui. Et ça existait pas y'a 5 ans en France, donc quand même ça va vite.

**Dans cette perspective de former de nouvelles alliances pour contrer les acteurs cités plus haut. Est-ce qu'à France TV Slash il est envisagé de faire des coproductions avec d'autres acteurs européens par exemple ?**

Européens pour l'instant pas trop, mais déjà on travaille déjà beaucoup plus avec d'autres diffuseurs publics français. On discute avec Le Mouv', avec Arte, avec TV5 Monde beaucoup. Et déjà à ce niveau-là de l'audiovisuel public, il se passe pas mal de choses et c'est cool. Ensuite oui pourquoi pas. Pour nous l'interlocuteur le naturel est toujours le diffuseur public et aussi francophone public. Donc ça peut être la RTBF, ça peut être la radio télévision suisse, Radio Canada...

**Avec le projet de l'Alliance proposé par Delphine Ernotte qui prévoit de s'associer à la ZDF allemande et la RAI italienne pour les fictions, peut-on envisager dans le futur des fictions produites avec ces acteurs-là pour France TV Slash ?**

AN: Moi j'aimerais bien ! Sur le principe oui, on est complètement ouverts. Après pour l'instant, l'Alliance porte sur des coproductions linéaires, des choses très très lourdes, très chères et très puissantes. Mais pourquoi pas. En plus quand c'est pas du linéaire ça peut aller plus vite en vrai. Donc on serait ravis.

## Table des matières

Introduction .....	4
I) Les séries TV, une forme narrative au cœur des enjeux stratégiques et économiques d'un marché audiovisuel international hyperconcurrentiel .....	10
A) Le marché américain, une tradition ininterrompue en production de séries TV .....	10
1) Les années 1950 comme premier « âge d'or » des séries américaines .....	11
2) La fin de la suprématie des <i>networks</i> dans les années 1980 et ses conséquences sur les séries TV .....	14
3) Un contexte audiovisuel américain bouleversé par l'arrivée de Netflix .....	18
B) Spécificités structurelles de la création de séries françaises .....	22
1) Les étapes historiques du développement irrégulier de la création de séries en France .....	22
2) Légitimation et renouveau des séries TV en France .....	28
3) Scénariste, un métier sous les feux des projecteurs qui reste précaire en France .....	30
C) Face à Netflix, la production de série comme atout stratégique pour les GAFAs et les diffuseurs traditionnels .....	38
II) La construction narrative protéiforme des séries <i>SKAM France</i> et <i>Stranger Things</i> .....	43
A) ..... <i>SKAM France</i> et <i>Stranger Things</i> , héritières des étapes historiques de la création de séries TV .....	43
1) Genres et recombinaison .....	43
2) <i>Skam France</i> comme format .....	47
3) <i>Skam France</i> et <i>Stranger Things</i> , miroir de questions sociétales féministes .....	51
B) L'utilisation de structures dramaturgie pérennes dans <i>Skam France</i> et <i>Stranger Things</i> .....	53
1) Les archétypes de personnages .....	54
2) La structuration du récit selon des codes dramaturgiques établis .....	56
C) Une immersion fictionnelle décuplée par la forme sérielle et l'évolution de ses conditions de réception .....	59
1) Les conditions de réception de l'univers fictionnel de la série TV .....	59
2) L'identification comme processus d'immersion fictionnel .....	60
3) La série TV, un format propice à l'immersion fictionnelle .....	62
a) Une structure adaptée à l'immersion .....	62
b) La série donne à voir l'intime des personnages .....	65
c) Renforcement de l'immersion fictionnelle grâce aux frontières poreuses entre réalité et fiction pour les personnages .....	66

III) La sérialité comme extension de l'immersion fictionnelle .....	70
Conclusion .....	73
Filmographie .....	77
Bibliographie .....	78
Sommaire des annexes .....	87
Annexe 1 - Guide des questionnaires pour entretiens .....	88
Annexe 2 – Entretien avec Cyril Tysz, scénariste et directeur de collection pour <i>Skam</i> <i>France</i> .....	94
Annexe 3 – Entretien avec Antonio Grigolini, directeur de France TV Slash .....	114

## Résumé et mots-clés

### Résumé

A travers l'étude comparée de *Stranger Things* et *Skam France*, ce travail de recherche vise à analyser les nouveaux enjeux de la construction narrative des séries face aux évolutions des usages et au contexte actuel du marché de la création audiovisuelle. Cette problématique est développée à travers trois hypothèses. Nous supposons d'abord qu'un lien d'interdépendance existe entre les scénarios et la situation des marchés audiovisuels dans lesquels ils s'inscrivent. La seconde hypothèse interroge l'existence de règles de narration pérennes, malgré les évolutions du marché récentes. Enfin, dans une troisième partie, nous étudions le concept de sérialité et comment il renouvelle les modes de narration sériels.

Ce travail de recherche de Master 2 en Médias, Innovation et Création mêle différentes approches. Des contextualisations historiques et économiques permettent d'étudier le marché de la création des séries TV. Des théories de réception ainsi que des approches philosophiques et narratologiques interrogent la structure de leurs scénarios.

### Mots-clés :

*Séries TV, Stranger Things, Skam, Narratologie, Scénario, Production, Récit, Audiovisuel, TV, Sérialité.*