



**HAL**  
open science

# LE FORMAT DE SERIE, DE LA PRATIQUE A LA THEORIE

Hélène Monnet-Cantagrel

► **To cite this version:**

Hélène Monnet-Cantagrel. LE FORMAT DE SERIE, DE LA PRATIQUE A LA THEORIE. Séminaire du CEISME, Mar 2016, Paris, France. hal-02087786

**HAL Id: hal-02087786**

**<https://hal.science/hal-02087786>**

Submitted on 10 Apr 2019

**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.

Hélène Monnet-Cantagrel

Séminaire du CEISME 10/03/2016

## **I. Qu'est-ce qu'un format ?**

Table rase : il s'agit d'oublier là tous les sens du langage courant (édition, informatique, technique, etc.) qui renvoient à une dimension. Il s'agit aussi d'oublier ici toute la connotation péjorative attachée au terme à travers ses dérivés : formater, formatage qui ne permettent pas de penser l'objet.

Le format télévisuel est quelque chose de spécifique que l'on connaît depuis la fin des années 90 et le début des années 2000 grâce - ou à cause - de la télé-réalité. *Survivor*, *Big Brother*, *Popstars*, ces émissions déferlent sur les écrans du monde entier avec la particularité de se décliner en des versions propres à chaque pays : *Koh-Lanta* ou *Loft Story*, versions françaises respectives de *Survivor* et *Big Brother*. A partir de là, on peut définir le format comme un modèle de configuration d'une émission, consignait ses structures et agissant donc, pour reprendre MF Chambat-Houillon, comme un « standard de production et de programmation [dont] les contenus ne se conçoivent plus comme des œuvres mais comme des produits » ; on peut aussi remarquer que le format semble par ailleurs concerner surtout les programmes de flux, télé-réalité et jeux (*Who Wants to be a Millionaire ?*, *The Weakest Link*) ; de même il ne semble s'appliquer qu'à l'« adaptabilité du programme dans un autre lieu ». C'est ainsi que le définit Albert Moran, qui fait de la distribution (et de la globalisation du marché télévisuel), un objet quasi exclusif d'étude.

En réalité, cette pratique est bien plus ancienne et plus large : dans la seconde édition de l'*Encyclopedia of Television* du Museum of Broadcast Communications de Chicago, le format est

défini comme une pratique apparaissant dès les débuts de la télévision américaine (1948) ; il désigne non seulement les échanges de programmes avec la Grande-Bretagne, mais aussi entre les différentes stations locales américaines et, surtout, les transferts de la radio à la télévision ; la notion de format s'applique ainsi aussi à des sitcoms, des soaps ou des séries plus dramatiques comme *Dragnet* (radio, 49 ; tv, 51). C'est donc une pratique d'échange de contenus et de savoir-faire qui, à ce titre, est aussi un instrument de régulation des échanges, un outil juridique. C'est ce point, litigieux pour les programmes de flux, qui nous amène aux séries de fictions puisque dans les accords de base fixant les règles d'indemnisation des scénaristes (MBA), établis par la WGA, on retrouve le format. Il est défini comme une « matière littéraire » et une « présentation écrite », un document papier donc, qui concerne aussi bien une série épisodique que feuilletonnante, une anthologie ou une série en plusieurs parties (une mini-série) soit tout programme sérialisé.

C'est donc l'étude de ce document que je vous propose, à partir de *Battlestar Galactica Series Bible* et de *Lost Series Format*, pour voir ce qu'ils pourraient nous apprendre sur la sérialité fictionnelle télévisuelle. (perspective production création).

Quelques précisions avant de commencer :

- premièrement, en ce qui concerne l'accès à ces documents : il n'est pas normal puisqu'ils relèvent du secret industriel ; ceux que l'on trouve sur Internet sont donc des fuites (*leaks*), ce qui a pour effet deux conséquences : d'une part, les faux (*fakes*) (*Breaking Bad*) ou aussi les documents douteux (recopiés, sans date) et, d'autre part, d'éventuels discours désamorçant leur pertinence. C'est justement le cas pour la bible de *Battlestar Galactica* et le format de *Lost*, présentés pour la première comme un manifeste, ce qui tendrait à en faire une exception, et, pour le second comme « un tissu de mensonges », argumentaire de vente pour la chaîne, sans rapport avec la série réalisée. C'est à la fois vrai et faux : vrai parce qu'il y a en effet un fossé entre le format et la série réalisée et

faux car ces documents accusent de nombreuses similarités de structure et de contenu qu'on peut retrouver dans d'autres bibles comme celle de *The Wire*, *Plus belle la vie* ou encore *Star Trek*. En revanche, ce que l'on peut dire est que l'on affaire à deux leçons d'écriture, de la part de professionnels chevronnés de la télévision en la personne de Moore et d'Abrams dont ces deux séries ont été des succès. Ces deux documents peuvent donc être traités comme des exemplifications de ce qu'est une bible ou un format, de même que le format de *Lost* n'est pas si éloigné de la série réalisée ; tout dépend de la perspective que l'on adopte.

- la deuxième précision concerne la distinction entre bible et format. La bible est le terme que l'on connaît le mieux mais, si l'on reprend le MBA de la WGA, la bible apparaît comme une sous rubrique du format, dont la différence résiderait dans un niveau de détail plus précis, ce que l'on remarque dans la différence de taille de ces deux documents (50 p et 20 p) mais qui, de nouveau, n'a pas d'incidence sur leur fond. Le terme bible ne s'appliquerait ainsi qu'à un type particulier de série, la mini-série ce qui n'est pas du tout le cas de BSG ni de *The Wire*. On peut donc considérer qu'il s'agit, pour la WGA, d'intégrer un usage plus fréquent, parmi les professionnels, que celui de format. Du reste, la partie se conclut par « a bible is a format », élément qui réapparaît plus tard où la bible est désignée comme une appellation possible du format.

### **- Paper format**

Le format est donc un document écrit ; tel que décrit par la WGA, le format doit présenter un certain nombre d'éléments « destinés à se répéter dans chaque épisode » ; le terme, tel qu'utilisé dans le manuel par la suite, est associé et se distingue de « story » et « teleplay », histoire ou téléfilm (scénario) qui suggèrent des formes finies ou complètes. De fait, ce que propose un format n'est ni un récit ni une histoire : le texte ne raconte pas mais décrit un ensemble de postulats et

d'intentions, répartis par rubriques (table des matières). Par exemple, dans *Lost*, (**schéma**) on trouve une introduction puis trois parties : a brief Q&A, the characters, the stories et un epilogue : the hard sell ; dans BSG, il y a sept rubriques : une déclaration de mission, les douze colonies, les Cylons, des biographies, des intrigues, un aperçu de la saison 1, le battlestar. Malgré ce caractère apparemment sommaire ou fragmenté, le format est néanmoins aussi présenté par la WGA comme un document devant être présenté à tout nouveau scénariste arrivant sur une série. A partir de là, on peut donc se demander ce que permet un format.

## **II. Que permet un format ?**

### **- Un dépôt légal**

Comme on l'a vu précédemment, le format est d'abord une pratique qui, par sa reconnaissance par la WGA, a pour première fonction de fixer le nom de l'auteur, en l'occurrence ici JJ Abrams, D. Lindelof pour *Lost*, Ron Moore pour *Battlestar Galactica*. Ces noms ainsi qu'une date apparaissent en couverture et suggèrent donc que le format soit une forme de dépôt légal, à partir duquel, dans un contexte de démultiplication (et de hiérarchisation) des intervenants, et où la question de l'auteur d'une série se pose, l'on aurait ainsi le nom de l'auteur. C'est le Created by (réserve). Première difficulté cependant avec JJ Abrams et Moore : si *Lost* est facilement attribuée à Abrams, il n'y a en fait que peu participé (pilote 1&2, format) et est remplacé au *showrunning* de la série par Carlton Cuse ; de plus, l'idée même de la série n'est pas de lui mais de Lloyd Braun, président d'ABC, lors de la séance de préparation de la saison 2004-05 de la chaîne où il a lancé l'idée ; quant à Moore, ce n'est pas le créateur de *Battlestar Galactica*, créée en 1978, par Glen Larson, qu'on retrouve d'ailleurs au générique de 2003 ainsi qu'à celui des séries dérivées *Caprica* et *Blood & Chrome*. On peut en déduire plusieurs éléments relatifs, au statut de l'auteur, et, de ce fait, à celui du format :

- par rapport à Braun et à Larson, Abrams et Moore sont deux exécutants dont la particularité, si l'on en juge par la seule fixation de leur nom sur le format, est d'être les auteurs d'une série, non pas en tant qu'œuvre prise dans sa totalité (auteur démiurge et unique) mais en tant que processus de sérialisation (un « formateur » ou sérialiste) ;

- cet aspect légal fait de l'auteur (un scénariste) une « autorité » (cf. l'auctoritas médiévale) car le MBA définit clairement l'auteur comme l'« employé d'une compagnie » ce qui l'inscrit de ce fait dans un circuit de communication dont il n'est que l'un des acteurs.

### **- Un *copyright***

Cela nous amène à la deuxième fonction du format qui est d'être un contrat. C'est pour une « compagnie » (chaîne, studio, conglomérat), un commanditaire (employeur) que l'auteur écrit un format. Ce contrat donne à l'employeur un droit d'exploitation, matérialisé dans le *copyright*. Ces deux éléments, le *copyright* et le *created by*, sont importants car c'est ce qui donne aux formes dérivées leur unité et, d'un point de vue analytique, permet de distinguer ce qui relève de l'imitation, de la réécriture ou d'une stratégie d'expansion hégémonique. (Experts, L&O).

A partir de là, on peut donc voir dans le format la prémisse d'un processus de distribution et de franchise. Le terme franchise peut être sujet à discussion : si on le prend à son sens strictement économique, le terme est impropre, comme le défend Albert Moran, à désigner les *spin-offs*, comme par exemple *CSI : Miami* ou *Special Victims Unit* pour *Law & Order*. C'est pourtant cet usage que l'on retrouve chez les professionnels et commentateurs. Économiquement, c'est peut-être un abus de langage mais qui s'impose néanmoins comme « forme discursive », dans les années 90, « utilisée pour décrire autant les processus de gestion de la propriété intellectuelle dans l'industrie, que les formes culturelles sérialisées qui en découlent ». C'est l'hypothèse de Derek Johnson, chercheur

américain qui s'est attaché à définir ce que recouvre cet usage du terme franchise. Pour autant, il ne fait pas le lien avec le format (dont il adopte le parti de Moran de le limiter aux versions étrangères). Or, il me semble qu'au regard de ce que l'on a dit précédemment, non seulement le lien entre format et franchise s'impose (il est logique) mais que le format pourrait aussi permettre de donner une assiette solide à la définition d'une franchise<sup>1</sup> et que ce lien peut être pertinent voire nécessaire pour comprendre les enjeux sémiotiques et culturels de la forme sérielle qui sont aussi des enjeux commerciaux. La franchise est en effet l'objectif du format pour l'employeur qui lui permet une exploitation sans limites de temps, de territoire ou de support. Dès lors, on peut voir que si l'on peut étudier les séries à partir de la promesse qu'elles représentent pour leur public, cela ne peut être totalement détaché, me semble-t-il de cette autre face de la promesse, qui est celle, pour l'employeur, d'une rentabilité et d'un rayonnement. Et, à cet égard, il faut faire ici une parenthèse historique.

### **- Contexte historique**

Le succès que connaissent aujourd'hui les séries télévisées, de même que l'irruption (re-découverte) de la notion de format et l'intensification de l'usage de celle de franchise correspondent et s'originent dans une période de bouleversements pour la télévision américaine, qui est la fin des années 90. En 1996, le *Telecommunications Act* propose une « révision majeure des lois sur les télécommunications, en vigueur depuis 62 ans (1934) » (site FCC) ; « le but de cette nouvelle loi est de permettre à tout le monde d'entrer dans le secteur des communications - pour permettre à toute entreprise de communications d'entrer en compétition avec n'importe quel secteur d'activités contre un autre ». Cet amendement a pour but d'intégrer aux communications, jusque là régies par la

---

<sup>1</sup> « la distribution d'un format créé par un auteur pour un groupe qui en possède les droits d'exploitation, à l'extérieur comme à l'intérieur de son contexte territorial et médiatique de production »

réglementation de 1934, l'entrée de nouveaux acteurs que sont les services de téléphonie mobile et, surtout, d'Internet. Il « concernera donc, poursuit sa présentation, les services de téléphonie, la programmation du câble et les autres services de vidéo, et de diffusion ». Concrètement, pour la télévision, cela se traduit par la suppression de différentes règles anti-trust (*Fin-Syn*, *PTAR*) qui régulaient la production et la diffusion et aboutit à la concentration verticale en grands conglomérats tels qu'on les connaît : Time Warner, Disney, Viacom, Universal ; c'est ce que l'on appelle aussi la dérégulation. « Le lendemain de cette annonce, expliquent les auteurs de *Prime-Time Television, A concise History*<sup>2</sup>, Disney déclara acheter Capital Cities/ABC et le jour suivant, Westinghouse annonça sa décision d'acquérir CBS. Avec la disparition des règles, Disney et Westinghouse pouvaient maintenant posséder toute la programmation de leurs chaînes, produire des séries avec leurs studios et gagner des centaines de millions de dollars avec la syndication. Une chaîne de télévision devint soudain beaucoup plus qu'un simple atout ». C'est dans ce contexte concurrentiel que les séries télévisées accèdent à leur âge d'or lorsque la chaîne câblée HBO, jusque là astreinte aux (re)diffusions produit et diffuse des séries originales comme *Oz* (1997), *Sex and the City* (1998) et, surtout, *The Sopranos* (1999), dont le succès public et critique est tel et une telle source de rayonnement pour cette chaîne, qu'il inspire (incite) les autres chaînes, les grands networks comme les petites chaînes du câble, à investir dans les séries de fictions. Cet investissement se fait de deux manières : soit, par l'innovation, soit, par l'intensification de stratégies de reprise et de dérivation. Par exemple, en 1999, *Law & Order* connaît son premier *spin-off* avec *Special Victims Unit*, qui inaugure une franchise aux proportions inédites ; en 2001, Universal, qui vient d'acheter les droits de *BSG*, décide de relancer la série pour propulser sa jeune chaîne câblée Syfy, etc. Il y a donc une demande croissante de programmation qui intensifie la production et la circulation des séries sur le

---

<sup>2</sup> Barbara Moore, Marvin Bensman, Jim van Dyke.



marché sur le mode du format (et pas seulement en stock) : *Grey's Anatomy*, *Desperate Housewives* sont refaites pour la télévision colombienne (et turque), *Law & Order* pour la télévision britannique, française et russe ; HBO, Showtime, achètent des formats israéliens pour produire *In Treatment* et *Homeland*, *Breaking Bad* donne lieu à une version hispanique (*Metastasis*) et une dérivation ; plus récemment, *Twin Peaks*, *The X-Files* sont relancées, etc. Et il est intéressant de remarquer que lorsque le fournisseur de contenus Netflix veut devenir un acteur d'envergure dans le secteur, il le fait en produisant une série, *House of Cards*, qui est un format britannique de 1990 ; autrement dit, Netflix, qui n'est pas une chaîne, adopte une stratégie éprouvée de la télévision, depuis ses débuts, lorsqu'elle adaptait des programmes radiophoniques. On pourrait développer encore largement l'effet, en termes stratégiques, de la dérégulation de 1996 (on les retrouvera) mais il s'agit d'aborder maintenant la troisième et dernière fonction d'un format qui est celle d'être un guide d'écriture pour les scénaristes. (Néanmoins, ce contexte était nécessaire pour pouvoir apprécier la teneur de certains propos énoncés dans le format.)

### **- Un guide d'écriture**

Pour récapituler, ce que permet un format est, pour le créateur, de protéger ses droits dans le contrat qui le lie à son employeur et, pour ce dernier, c'est la possibilité de développer une franchise, une exploitation commerciale. Ce faisant, l'employeur est décisif pour l'avenir du projet (cf BSG) ce qui donne à la description de celui-ci l'aspect parfois d'un argumentaire puisque, pour le créateur, c'est ce qui doit convaincre l'employeur de produire et diffuser son projet. Cela se manifeste par exemple dans le titre de la quatrième partie de *Lost*, *The Hard Sell*, dans laquelle les auteurs démontrent « qu'il y a là une série » ; cela se manifeste aussi dans l'introduction, qui passe une page à remercier le studio, la chaîne, de leur attention et de la production du pilote. Plus

généralement, ce destinataire se retrouve dans une énonciation qui simule un dialogue dans lequel apparaissent les préoccupations du diffuseur : ce sont les questions de la première partie dans *Lost*, et un « you » (*you can call that*) dans BSG. Ces préoccupations concernent essentiellement deux points.

C'est d'abord le genre auquel rattacher la série : « vous pouvez appeler ça de la SF naturaliste », dit Moore ; « on aimerait promouvoir (brand) *Lost* comme un show d'aventure », déclarent Abrams et Lindelof. Les auteurs utilisent le verbe *to Brand* qui montre que le genre est une convention pragmatique, valant surtout pour réguler la promotion et la commercialisation de la série car, en ce qui concerne, les auteurs, cette convention n'est pas aussi déterminante. Les normes auxquelles ils se réfèrent ne consistent pas tant en des formes définies, des normes d'écriture, qu'en des œuvres : *The Sopranos*, *The West Wing*, Hitchcock ou *60 minutes*, pour BSG ; les romans de Michael Crichton, *Melrose Place* ou *24/Survivor*, pour *Lost*. A cet égard, on remarque aussi de nombreuses allusions à des œuvres prises comme contre-modèles (ce qu'il ne faut pas faire), *Star Trek* pour BSG, *Alias* ou *The X-Files*, pour *Lost*. C'est là un élément très important et qu'on retrouve dans d'autres formats (*Terra Nova* présente la série comme *Avatar* pour TV). Le genre consiste donc ici, comme l'a défini JM Schaeffer, en une convention de tradition, qui ne s'appuie pas tant sur des codes établis que sur l'idée d'un « air de famille ». De ce fait, il s'agit pour les auteurs non pas tant de se définir par un genre que par un style, par un glissement qui procède d'une forme d'intertextualité. En ce qui concerne ce dernier point, on remarquera que beaucoup de séries évoquées comme modèles (*Sopranos*, *West Wing*) sont en cours de diffusion sur des chaînes concurrentes, auxquelles elles ont garanti un succès critique et d'audience (ère de la qualité). On peut donc voir, dans cette intertextualité, fondée sur « l'air de famille », une forme de

positionnement, au sens marketing, qui consiste à se démarquer (innover) tout en s'inscrivant en continuité avec le paysage médiatique (facteurs d'activation) (cf HBO).

Ces éléments posés, que propose un format pour l'écriture des épisodes à venir puisque c'est cette fonction de guide pour les scénaristes qui nous occupe ici ? Ce sont peu de choses en réalité : la présence des scénaristes est évoquée à travers quelques injonctions (n'hésitez pas à développer cela, il ne faut surtout pas faire ça), néanmoins assez rares ; la plupart des formulations suggèrent plus qu'elles ne prescrivent (on peut, pourra, pourrait, développer, mélanger). Les scénaristes sont davantage présents dans un « nous » où l'auteur, en s'englobant, s'affiche déjà peut-être comme futur *showrunner*, comme il s'engage auprès de son employeur. C'est ainsi que tous les éléments fictionnels et narratifs sont abordés à partir de ce qui constitue la préoccupation principale de l'employeur (et de la survie de la série) : le public.

Désigné comme « audience », le public est toujours envisagé à partir de ce qui peut le motiver à regarder le show et lui plaire ou non (le public peut faire sauter un personnage dans *Lost*) et, surtout, en termes d'investissement : il s'agit de le capter (*hook*), de le séduire (*appeal*), de ne pas la perdre (*not losing*) et, surtout, qu'il s'identifie et s'engage (*identify and engage*) pour viser « la plus large audience qui soit » (*broader, broadest*). Cela fait du public un prescripteur de la communication, ce que l'on retrouve dans les choix narratifs et stylistiques.

### **- Thématique**

Plutôt que narratif, j'aurais dû dire fictionnels car le récit, qui semble si important dans une série, est en fait assez peu présent et l'objet de consignes très générales, y compris dans les parties consacrées à la première saison. Aucun élément précis de progression n'est donné, il n'y a aucune fin prévue, et le récit est surtout défini par une négociation de l'attention à avoir entre différents

niveaux, épisode, multi-épisodes et série, à travers des arcs donc et en termes thymiques. Ainsi, dans BSG, si « on ne figurera pas une attaque des Cylons chaque semaine, on doit sentir une menace permanente » et « envisager un réel raid tous les trois épisodes ». De même, la gestion des (nombreux) personnages, dans *Lost*, est envisagée comme une question « d'équilibre », avec la proposition de n'en faire figurer « que trois ou quatre par semaine ». De ce fait, l'élément qui définit le récit est une thématique, unité sémiotique (et thymique) fondamentale qui commande le déroulement de la série : ce sont la tension, dans BSG, le mystère dans *Lost*. Cette thématique est décrite comme la « clé » : *key ingredient* (*Lost*), *key to our stories* (BSG) qui est aussi *key to the success* (BSG). « Chaque épisode devra s'ancrer dans une sorte de mystère », écrivent Abrams et Lindelof, aussi passager soit-il ; quant au Battlestar Galactica, il doit vivre « dans un état permanent de crise ».

Pour y parvenir, le format propose ce que l'on pourrait appeler une « matière », au sens médiéval de la matière de Bretagne ou de France, à l'origine de certains récits. Ce sont des biographies de personnages, un descriptif du passé de l'île, dans *Lost*, ou de l'histoire entre Cylons et Humains, dans BSG. Ce sont donc ce que l'on pourrait appeler des *backstories*, une réserve narrative, une matière donc. Là encore, beaucoup d'éléments sont suggérés et en attente de leur détermination : c'est par exemple le cas de la technologie des Cylons qui, si « elle doit être explorée au cours de la série » ne peut « être définie maintenant » si ce n'est qu'elle « ne doit pas être comme celle des Borg » ; dans *Lost*, ce sont, par exemple, les tatouages de Jack qui pourront donner lieu à une explication de sa part (s'il le souhaite) ou encore l'île elle-même, dont l'histoire est potentiellement « sans limites » puisque chaque élément ou « personnage qui y arrive est le point de départ d'une nouvelle histoire » (*a new story begins*). Elle est néanmoins présentée comme le « cœur » de *Lost* et c'est aussi de cette manière que l'on peut concevoir le vaisseau dans BSG, élément qui fait l'objet

d'une description très précise (8 p), ce qui peut aussi s'expliquer par la nécessité d'une série tv de se développer dans un espace de référence, agissant dans une perspective sémio-pragmatique, comme un prolongement de l'espace de réception. C'est d'ailleurs une question traitée pour elle-même dans *Lost* qui évoque le « défi » qu'il y a à proposer une série « sans intérieurs ».

Il ne s'agit donc pas véritablement d'une histoire (chronologique et aboutie), mais d'une réserve de motifs (appelés calques par Moore, vignettes par Abrams et Lindelof), dans lesquels les scénaristes puiseront des mises en situation, dont quelques exemples sont donnés pour la première saison : la barrière langagière, trouver de l'eau, le brouillard, etc., dans *Lost* ; la relation secrète entre Sharon et Tyrol, le conflit entre Adama et Roslin, l'émergence d'une résistance, dans *BSG*. Ce sont des arcs, aussi pensés comme paradigmes, dans *Lost*, qui peuvent être « mélangés et associés » (*mix and match*).

Par cette matière, enfin, on l'aura remarqué, le format définit la série de manière presque exclusivement sémantique. A part quelques allusions au style visuel, dans *BSG*, aucun élément audiovisuel n'est en effet mentionné.

## **- Style**

En ce qui concerne les choix stylistiques, ils sont comme les choix narratifs, régis par un paradigme général qui donne son « ton » à la série et, dans ces deux formats, est le même : le réalisme (cf Espenson). Comme la thématique, ce ton commande les différents paramètres de la série. Ce sont tout d'abord les personnages, définis avec insistance par des faiblesses, des secrets et, surtout des conflits. « N'hésitez pas à développer ce point », déclare Moore dans une de ses rares prescriptions car, ajoute-t-il, c'est ce qui en fait des « Humains », « vous et moi ». Ce sont aussi différents éléments comme la technologie des Cylons qui ne doit pas violer les lois de la physique

ou les éléments surnaturels qui doivent avoir une explication rationnelle (sinon le public n'en veut pas). C'est aussi le récit qui doit donner à voir « la lutte en temps réel pour la survie », dans *Lost* (cf. *Survivor*) pour que le public ait une « expérience authentique ». C'est enfin, dans *BSG*, l'allusion à un style visuel de type caméra-épaule qui doit « donner l'impression qu'on est face à un documentaire jusqu'au moment où on commence à entendre parler de Cylons et de battlestars » ; ce faisant, Moore se réfère à la réalisation du pilote, après lequel ce format est écrit. De la même manière, dans *Lost*, les flashbacks, si importants dans la série ne sont évoqués qu'en une ligne par « tels que dans le pilote ». Dans l'ensemble, le ton réaliste vise une identification du public aux personnages et aux situations et s'appuie sur les émotions provoquées par la difficulté (conflit). Il est aussi relatif aux modèles dont il s'inspire (60 minutes).

A partir de là, en quoi le format pourrait-il contribuer à la théorie des séries télévisées ?

### **III. Théorie**

Si l'on récapitule tout ce qui vient d'être dit, force est de constater la disparité et la bigarrure des éléments que je viens de donner. Un dépôt légal, un contrat commercial, un argumentaire de vente et une création qui ne propose ni un récit ni une histoire.

Deux éléments paraissent plus tangibles que les autres : la nature de document écrit du format et sa fonction de médiation entre différents intérêts. A partir de là, on peut donc définir un circuit de communication comprenant l'employeur, l'auteur et les différents exécutants du format que sont les scénaristes et les affiliés. Tous ces acteurs voient leurs relations et leurs actions régulées par le format, sous le régime du droit (schéma) :

- lorsque les affiliés ou scénaristes (S) s'emparent d'un format, ils doivent réaliser leur produit dans le cadre de l'accord établi entre l'employeur et l'auteur ;

- lorsque l'employeur (E) commande un format à un auteur, il négocie autant dans le cadre du commerce que dans celui de la création ;

- lorsque l'auteur (A) écrit un format, il doit autant se situer dans la perspective économique de l'employeur que dans celle, créative, des scénaristes.

Le format peut donc être figuré par une médiane, partant de chaque sommet et passant par le milieu du côté opposé.

L'intérêt de la médiane est double : à côté de la négociation qu'elle figure en passant par le milieu du côté opposé, elle fait apparaître un isobarycentre qui est le centre de gravité du triangle ; ce centre, ingrédient clé, clé de nos histoires et clé du succès, c'est le public, prescripteur tacite et ultime de la communication.

Par rapport à cela, la série apparaît comme une modalité de relation, permettant d'unir dans un même projet, pour un même destinataire, des intérêts créatifs et commerciaux.

Quant à la fiction, c'est l'activité qui règle cette communication et est la convention constituante qui distingue les « séries télé » de toute autre série.

Pourtant, on l'a vu, ce que décrit le format, n'est ni un récit ni une histoire mais un stade antérieur, une diégèse. Par diégèse, il ne s'agit pas d'entendre une histoire ou un univers constitués (Genette) mais le sens que lui donne Souriau, de désigner « tout ce qui appartient, dans l'intelligibilité, au monde supposé ou proposé par la fiction ». Davantage qu'un monde, la diégèse est son substrat, constitué de l'ensemble des postulats, à partir desquels le téléspectateur (ainsi que le scénariste), va constituer le monde par différentes formes d'inférences et de mises en relation. C'est donc un horizon de constitution, ce que confirment les différentes imprécisions du format. Selon Odin, en effet, la diégèse n'est qu'une des étapes - la première - du processus de fictionnalisation, auxquelles doivent s'ajouter ensuite la narration (récit + histoire), la mise en phase

(de l'audiovisuel avec le récit) puis la fictivisation (construction d'un énonciateur fictif qui peut s'appuyer sur toutes sortes d'éléments). (cf densification Esquenazi).

A partir de là, on peut donc assigner la répétition à la diégèse et la variation aux autres composantes : le récit, le style AV et le personnage que l'on peut tenir comme jouant un rôle d'agent majeur de la fictivisation (construction d'un énonciateur fictif), à travers les valeurs qu'il énonce et le font agir.

### **- Variations**

Pour éprouver cette hypothèse, on peut faire une (rapide) analyse de l'évolution du format de *Battlestar Galactica*, de 1978 à 2003. Les variations entre les deux séries affectent principalement les étapes de la narration et de la mise en phase.

En 1978, le récit est linéaire et a une forme simple, procédant à la mise en relation des éléments par leur succession ; en 2003, le récit est toujours majoritairement linéaire mais se complexifie du fait notamment de son rythme, plus saccadé et elliptique, (pub) et de l'intégration du programme de l'anti-sujet, les Cylons, au programme narratif global (cf. génériques).

L'histoire est identique (la quête de la terre) mais est plus longue (dilatée) et aboutie, 2003 ayant pu se terminer, ce qui n'a pas été le cas en 78. On peut cependant noter que certains éléments phare comme la capacité des Cylons à prendre l'apparence humaine ou le retour de Starbuck, figurent dans la version de 1980. C'est donc une variation de traitement que l'on retrouve dans la mise en phase à travers la musique, percussive en 2003, quand elle est symphonique et magistrale en 78 et le visuel, empruntant au style documentarisant, en 2003, quand il est classique, à tendance là encore magistrale, en 1978.



Enfin, en ce qui concerne les personnages, ce sont fondamentalement les mêmes : Adama, Starbuck, Apollo, Baltar, Tigh, Boomer, Athéna. Mais ils connaissent là aussi des différences de traitements. La première modification concerne leurs noms, Starbuck et Apollo devenant en 2003 des surnoms et le détail de leurs biographies (effet de réel, de personne). Quelques personnages ont été ajoutés, ce qui participe à la complexification de l'histoire par le dédoublement des fonctions actantielles : c'est par exemple le cas de la figure du pouvoir, Adama commandant suprême en 1978, dédoublée en pouvoir militaire et pouvoir politique, masculin et féminin, avec Adama et Roslin (**schéma**). Un autre type de variations des personnages concerne l'inversion de leur figuration, d'homme à femme. C'est le cas de Starbuck : macho facétieux, amateur de jeu et de cigares mais courageux et excellent pilote, en 1978, Starbuck devient Kara - Starbuck - Thrace en 2003, insolente, amatrice de jeu et de cigares mais courageuse et excellente pilote. Cette inversion peut se comprendre comme un commentaire du premier Starbuck mais ce qui apparaît surtout est la constitution paradigmatique du personnage à travers un ensemble d'attributs (mutinerie, jeu, cigare, bon pilote). C'est de cette manière que sont décrits les personnages dans *Lost* : à Hurley est attribué le *Comic Relief*, à Charlie, la *Rehab*, à Sawyer le *Black Market*, etc. On peut enfin ajouter que si 2003 mais surtout *Caprica* et *Blood & Chrome* inventent une histoire et des personnages, c'est autour d'Adama et des Cylons (crise primordiale facteur de tension) et du Battlestar, éléments fondamentaux de 78. De 1978 à 2003 puis 2010 et 2012, on a ainsi la permanence d'un espace et d'une thématique qui font le substrat du monde à venir, sa diégèse.

Ce que l'on remarque aussi dans ces variations, c'est leur logique, qui peut être esthétique, certes, mais est aussi pragmatique puisqu'elle procède d'une actualisation, par accommodation à l'actualité médiatique, sociale, où comme le remarque Laurent Jullier à propos des deux trilogies de *Star Wars*, « c'est notre monde, en réalité, qui a déteint sur [cet] univers chamarré ». C'est aussi le

public puisque *Caprica* et *Blood & Chrome* sont ouvertement conçues pour élargir le public de *Battlestar Galactica*, essentiellement masculin et adulte, aux publics féminin (*Caprica*) et adolescent (*Blood & Chrome*). De même, la « féminisation » des personnages en 2003 peut-elle correspondre à des normes sociales de représentativité. Enfin, si l'on prolonge cette analyse aux dérivations en jeux vidéo, on retrouve le primat de la diégèse définie par le format puisqu'il s'agit essentiellement d'y poursuivre et combattre des Cylons, à partir du Battlestar (où au personnage se voit intégrer le téléspectateur-joueur).

On retrouve ce même type de logique d'actualisation et de ciblage dans les variations entre les différentes séries au sein d'autres franchises, comme par exemple *Law & Order*, *Grey's Anatomy* ou encore *Buffy*. De même, en interne, ce sont aussi ces logiques que l'on retrouve, par exemple dans *Special Victims Unit* : soit dans les différents sujets des affaires traitées qui puisent dans l'actualité, soit dans l'évolution de l'équipe des personnages (cf. Amaro et la représentativité hispanique), soit dans les glissements du récit vers le feuilletonnant (serial killers, maternité d'Olivia Benson), sur le long terme et surtout à des moments stratégiques de la diffusion que sont les *sweeps*. On peut voir là des logiques de production rabaisant l'interprétation à des buts bassement mercantiles. Les logiques d'actualisation et de ciblage sont en effet des logiques de marque. Et alors ? D'une part, ces logiques sont pleinement assumées par les productions (cf Zuiker et Wolf) et, plus généralement, les Américains ; d'autre part, c'est cohérent avec le contexte énoncé précédemment, post dérégulation, où les séries sont devenues l'instrument de rayonnement des marques que sont les chaînes ou les autres comme Netflix et, derrière elles, les conglomérats. Enfin, je pense qu'il y aurait dans les logiques de marque, peut-être, la possibilité de trouver des instruments renouvelés d'interprétation (à propos du récit, des émotions voire des personnages).

De ce fait, on peut considérer que ce que propose un format est en somme un stade médiatique de la fiction, conçue pour son appropriation par « l'anticipation de ses pratiques de reprise, de transformation et de reformulation des énoncés et de leurs contenus », cad « une pratique consistant à produire des énoncés dont sont en même temps anticipées les formes et modalités de circulation ». Je reprends là la définition que donne Alice Krieg-Plancke de la communication, notamment médiatique, ce qui m'amène à un dernier point.

### **- Un mode esthétique de production**

Du schéma précédent (triangle), on peut déduire un autre schéma (**Genette**) permettant d'introduire les séries télévisées dans le champ esthétique. Les séries sont souvent analysées à partir de leur récit ou de leur rapport avec la réalité et les concevoir comme productions esthétiques appelle parfois des contorsions (quel élément faire primer ?) ou des *a priori* (voire des exclusions) pour les inclure dans le champ de la production esthétique. Il est cependant une théorie de l'art qui le permet, celle de Nelson Goodman, reprise par Genette, et d'ailleurs appliquée par MF Chambat-Houillon au format. Cette théorie distingue entre deux formes d'expression artistique : les arts autographiques et les arts allographiques. Les arts autographiques ont un mode de manifestation unique et sont conçues sans modèle (statues) ; les arts allographiques, en revanche, sont conçues à partir d'un modèle qui en propose une notation (patron pour un vêtement, plan pour un bâtiment, recette pour un plat, partition pour un morceau, etc.). Ce dernier processus créatif, est une nécessité pratique, par laquelle, dit Goodman, il s'agit autant de « faciliter la collaboration de nombreuses personnes » que de « transcender les limitations du temps et de l'individu ». Je vous laisse faire de vous-mêmes les rapprochements avec une série. Enfin, le processus allographique procède par étapes depuis le projet, qui est une idéalité (c'est le pitch « un croisement entre *Survivor* et Seul au

monde » lancé par Braun lors de la préparation de la saison 2004 d'ABC), au format (qui en matérialise les conditions de faisabilité à partir de propriétés constitutives, à partir desquelles vont être réalisées les différents épisodes et versions dérivées (les jeux vidéo pour *Lost*).

Entre parenthèses, cette théorie confirme s'il en était besoin, la relation entre franchises et format.

## **Conclusion**

L'intérêt de cette approche des séries télévisées par leur format est qu'elle permet de concilier industrie et création, deux champs souvent opposés au regard de leurs intentions dont pourtant les unes (commerciales) déterminent pour une large part les autres (créatives) et la production de sens (intentions créatives). Par rapport à la promesse que représente une série pour son public, le format fait apparaître la promesse qu'elle représente aussi pour la création/production. Par rapport à cette double-promesse, le format représente l'implication, c'est-à-dire, un mode de création propre au média, qui consiste, pour reprendre Yves Jeanneret, à « créer un dispositif d'objets et de discours qui incarne une telle prétention et convoque les sujets de la communication (c'est-à-dire tous ceux qui y sont engagés et pas seulement les acteurs-stratèges), qui convoque, donc, les sujets dans une posture, une situation et un contexte d'expression ».

Le format met en évidence, de ce fait, la perspective résolument pragmatique dans laquelle les séries sont conçues qui doit, me semble-t-il, être intégrée à leur interprétation pour en saisir les enjeux dans leur entière signification.

Ainsi, qu'est-ce qu'une série, selon le format ? Avant d'être un récit ou un univers c'est d'abord un mode de production fondé sur ce qui, de la fiction, peut donner lieu à sa réitération et son appropriation. Dans cet objectif, le format propose donc une diégèse, constituée d'une thématique et

d'un espace, un espace d'action donc, qui constituent, pour reprendre une dernière fois MF Chambat-Houillon, un interprétant pour le public. Si je résume l'idée contenue dans ce qui vient d'être dit sur la fiction : à travers la thématique, et selon la modalité qui me convient (tension, mystère, soin, combattivité), j'éprouve et évalue, en tant que téléspectateur, différents types de situations empruntées au réel (du viol à la jalousie de mes collègues en passant par l'éducation de mes enfants ou l'occupation de ma ville par des ennemis) ; ceci, de manière récurrente (et programmée), dans un espace fictionnel, qui en étant lui aussi récurrent et programmé, devient un lieu d'ancrage et de sanctuarisation de cette expérience. C'est donc un savoir que je développe, un savoir-lire qui peut devenir savoir-être et savoir-faire. C'est cette dimension d'apprentissage qui peut expliquer (au moins en partie), le succès des séries, en tant que formes car, davantage que celui d'œuvres singulières, ce succès est, me semble-t-il celui d'une forme (culturelle), dans un contexte contemporain volontiers décrit comme une société de flux (d'images, d'informations et de personnes).

Des différents éléments évoqués : le contexte industriel, la logique de marque et le format, sa répétition et ses variations, et la double promesse qu'il implique, on peut, en effet, envisager la série comme la proposition d'un lieu, à la fois imaginaire et concret (par le temps qu'on lui consacre), dans lequel le public trouve là un espace, en quelque sorte transitionnel, c'est-à-dire, pour reprendre Winnicott, une aire intermédiaire d'expérience (un espace de jeu avec la réalité) dans lequel il puisse éprouver et comprendre le monde. Cette dimension ludique (accomplie) me paraît pouvoir expliquer toujours en partie, le succès, cette fois, de certaines séries, comme *Lost* ou encore *Game*

of Thrones. Et, dès lors, enfin, on peut aussi voir à quel point une série peut être un enjeu de pouvoir, mais je m'arrêterai là<sup>3</sup>.

---

<sup>3</sup> Zuiker : « je pense qu'il y a trop de violence dans le monde mais c'est bon pour les affaires ; c'est pour cela que la série est importante comme divertissement pour le monde entier et aussi comme jeu. » I just feel like there's just so much violence and so much upheaval in the world. It's good for business in some respects, because it allows CSI as a franchise to be entertaining and transport you for an hour away from the troubles of the world. Jerry Bruckheimer's famous for saying that we're in the transportation business. We transport people from one reality to another. They can forget about life for a while, for that one hour. So that's why the importance of CSI is important in terms of entertainment to the world, and also other brand extensions like the game."