

**« Les séries américaines sont meilleures  
que les séries françaises. »**

*Qu'est-ce qui fait que le public,  
dont je suis, préfère un mauvais film américain  
à un mauvais film suédois, grec ou indonésien ?*

Jean-Luc Godard, entretien avec Paul Amar,  
Paris Première, 16 mai 1997

Il est toujours difficile de déterminer à partir de quels critères une œuvre artistique est supérieure à une autre. Surtout, peut-on légitimement considérer qu'un pan entier d'une forme artistique peut être disqualifié au profit d'une autre ? La raison veut, bien sûr, que cela ne soit pas le cas. Le fait que les séries françaises soient dénigrées par rapport à leurs homologues anglo-saxonnes est, à ce titre, un cas intéressant de dépréciation culturelle.

Indéniablement, la force d'attraction de l'imaginaire façonné par les studios hollywoodiens repose avant tout sur un rapport de fascination pour la culture américaine en général. Au-delà de l'exotisme que peut constituer toute culture étrangère d'une manière générale, la culture américaine mondialisée exerce une ascendance sur toutes les autres pour des motifs qui ont plutôt trait à l'idéologie. Le fait de se vêtir en *t-shirt*, *jeans* et *baskets* n'est pas innocent, de ce point de vue. En internalisant un certain mode de vie, on intègre aussi une façon de penser et des routines imaginaires en adéquation avec ce mode de vie. En ce sens, les séries télé américaines nous apparaissent comme proches de notre façon d'être ou de

vouloir être. Tout y est par conséquent bien plus beau. La phrase de Godard le dit mieux que tout.

Une fois cet argument psychologique établi, majeur s'il en est, on peut s'intéresser aux facteurs plus traditionnellement avancés pour expliquer un certain désamour pour les productions télé locales, et qui concernent essentiellement le mode de fonctionnement du marché et les conditions de production.

La série télé aux États-Unis est une véritable industrie. Le terme est à prendre au pied de la lettre. Conçue par les mêmes sociétés de production qui officient pour le cinéma (Warner, Universal, Disney, Fox, Paramount, etc.), elle bénéficie à plein de la structure des studios. À savoir, des techniciens employés à l'année (et non de façon « intermittente » comme cela est le cas en France), des lieux de tournage rapidement mobilisables (puisque les studios appartiennent aux compagnies de production), des financements importants et des facilités de toutes sortes. Mais il s'agit également d'une industrie car les chaînes de télévision conçoivent leurs programmations essentiellement autour des séries télé. Produit phare s'il en est, la série télé a en effet le mérite de fédérer de façon régulière un large public et de permettre une identification forte du produit à la chaîne qui la diffuse. La journée type d'un *network*\* propose ainsi pas moins d'une demi-douzaine de séries avec des cases horaires dédiées à une variété de genres. Ainsi, le matin et en début d'après-midi, on retrouve un *soap*\*, à partir de 19 heures, une *sitcom*\*, puis à 21 heures, un *drama*\* (ou une dramédie\*) grand public et à 22 heures, un *drama* plus adulte. Avec une telle offre, la concurrence est rude et pousse ainsi les créateurs à se surpasser sans cesse.

Les choses sont, on le sait, bien différentes en France. Comme les programmations des chaînes ne

sont pas aussi simplistes, la place laissée à la création de fiction télé y est par conséquent plus réduite. L'émulation en est, pour le coup, presque inexistante car les chaînes ne jouent pas sur une concurrence frontale ouverte. Quand France 3 programme une série le samedi soir par exemple, TF1 proposera une émission de divertissement.

Les formats ne sont également pas les mêmes. Là où une série américaine peut déployer sa narration jusqu'à 24 épisodes pour une saison\*, on se limite ici le plus souvent à une demi-douzaine. Autant de détails qui font que les personnages d'une série française ont, par nature, moins d'impact sur l'inconscient collectif du spectateur. On voit bien d'ailleurs que cette notion de durée a son importance pour ancrer une série dans le cœur du public, avec des exemples comme *Plus belle la vie* ou les nombreux formats courts très plébiscités comme *Un gars, une fille*, *Caméra Café* ou *Kaamelott*, dont les diffusions se sont étalées sur plusieurs mois.

Quid du jeu des acteurs, souvent dénoncé comme l'un des freins à l'adhésion du public aux séries françaises ? Là encore, la chose est ardue à juger. D'une part, le doublage et la méconnaissance des postures réelles de la conversation dans la société américaine altèrent notre perception du jeu des acteurs américains, alors que leur compréhension est immédiate dans le cadre d'acteurs français. Mais il faut reconnaître aussi que pour des raisons budgétaires, les méthodes de *casting* diffèrent entre les deux pays. Ce qui se ressent inéluctablement sur la qualité du jeu, non pas tant des acteurs principaux que des rôles secondaires. En effet, pour le moindre petit rôle, même s'il s'agit de placer une simple phrase, un directeur de *casting* américain fera défiler plusieurs

dizaines d'acteurs avant de faire son choix et trouver ainsi la personne qui se fondera le mieux dans le rôle. Un luxe difficilement transposable par chez nous. Les écoles d'art dramatique en France forment essentiellement leurs élèves au jeu théâtral et la direction d'acteurs est peu enseignée dans les écoles de cinéma, alors qu'elle est fondamentale aux États-Unis. La « méthode » de l'Actors Studio, caractéristique du jeu américain, où le comédien doit se réincarner psychiquement dans son personnage, est aussi très souvent ignorée ou peu approfondie.

La supériorité présumée des séries *made in USA* repose aussi sur un critère purement technique. Elles ont par exemple (mis à part le cas des *sitcoms*) toujours été enregistrées sur pellicule comme un film de cinéma, là où la bande-vidéo a été adoptée depuis longtemps par les autres pays. Le gain esthétique est évidemment énorme même si, technologie aidant, l'écart a aujourd'hui tendance à se réduire sensiblement avec les nouvelles caméras numériques.

Le « développement » (comprendre par là, le temps et l'argent dépensés pour l'écriture) a également son importance. Les Américains consacrent environ 8 % du budget à ce poste contre 3 % en moyenne en Europe. Pour eux, l'efficacité des scénarios prime sur tout. Des études ont montré, par exemple, que les dialogues des séries US sont un tiers plus courts qu'en Europe, les scènes deux fois plus courtes. Les scénaristes, loin de se cantonner à un simple rôle de dialoguistes, recherchent la dynamique la plus étroite entre l'image et le texte. Cette technique est à la source d'une pléthore d'écoles et de livres sur l'écriture audiovisuelle avec ses étapes archi-codifiées (douze selon l'analyste de scripts Christopher Vogler : du « monde ordinaire » au

« retour au foyer » en passant par « l'épreuve suprême » et « la récompense »), qui doivent pourtant, ironie du sort, beaucoup à l'Europe, via Homère et Aristote.

Il existe, pour finir, des raisons historiques non négligeables. À l'époque de l'ORTF, les classiques que sont *Les brigades du Tigre*, *Migret* ou *Les Aventures de Vidocq* étaient produits en interne dans les studios des Buttes-Chaumont. De nombreuses signatures – Claude Barma, Marcel Bluwal, Claude Loursais – ont, de cette manière, construit un corpus d'œuvres qui ont marqué leur temps. Le démantèlement de l'ORTF puis le passage à la couleur (impliquant une hausse des coûts) furent fatals à la fiction française. Elle ne se relèvera vraiment que des décennies plus tard, avec l'apparition de la télé privée. Cette discontinuité des méthodes de production reste un réel handicap, difficile à surmonter face au perfectionnement ininterrompu des années cinquante à nos jours du système de création des séries américaines.

Mais en fin de compte, la véritable question est de savoir si l'efficacité est une valeur en soi dans l'élaboration d'une œuvre artistique et si, par ailleurs, la série télé américaine devenue, par la force des choses, la référence doit également en être le standard, le maître étalon auquel toute production locale se doit d'être comparée. Au risque, pour cette dernière, de perdre au passage son originalité et sa spécificité.

### *Plus belle la vie*

Six millions de téléspectateurs chaque soir de la semaine, le succès de ce feuilleton a de quoi faire rêver bien des programmeurs. Apparu pour la première fois sur les écrans de France 3 à 20 h 20, le 30 août 2004, *Plus belle la vie* a dépassé le millier d'épisodes quatre ans plus tard : du jamais vu en France. Un tournage en continu (cinq jours par semaine, comme le rythme de diffusion), à trois caméras, dans des studios spécialement créés pour l'occasion, une flopée de scénaristes et de réalisateurs... Pourtant, la série revient de loin. Si la commande initiale, qui portait sur 260 épisodes (dont la moitié garantie), avec un budget de 23 millions d'euros, fut qualifiée d'« événement industriel » par la profession, *Plus belle la vie* est très vite donnée perdante en raison d'audiences moins importantes que prévu. Après une période de rodage de quelques mois, les dirigeants de France 3 demandent à rectifier le tir en faisant densifier l'aspect feuilletonesque par « plus de rebondissements et de mystère ». *Plus belle la vie* connaît depuis un engouement sans faille, réussissant même à multiplier par trois le nombre de ses téléspectateurs assidus.  *Casting ouvert à la diversité ethnique, sujets de société polémiques, ce soap opera à la française vise désormais la longévité, comme le modèle anglais dont il s'inspire, Coronation Street, sur les écrans de son pays depuis 1960.*