

## Du télé-spectateur au télé-visionneur, saison 2 : pour une approche idéaltypique des consommateurs de séries télévisées

*From TV watching to TV viewing, season 2: For an ideal-typical approach to TV  
series consumers*

**Catherine Dessinges et Lucien Perticoz**

---



**Édition électronique**

URL : <http://journals.openedition.org/edc/8234>

DOI : 10.4000/edc.8234

ISSN : 2101-0366

**Éditeur**

Université de Lille

**Édition imprimée**

Date de publication : 1 décembre 2018

Pagination : 151-171

ISBN : 978-2-917562-20-8

ISSN : 1270-6841

**Référence électronique**

Catherine Dessinges et Lucien Perticoz, « Du télé-spectateur au télé-visionneur, saison 2 : pour une  
approche idéaltypique des consommateurs de séries télévisées », *Études de communication* [En ligne],  
51 | 2018, mis en ligne le 01 janvier 2021, consulté le 11 février 2021. URL : [http://  
journals.openedition.org/edc/8234](http://journals.openedition.org/edc/8234) ; DOI : <https://doi.org/10.4000/edc.8234>

---

Du télé-spectateur au télé-visionneur,  
saison 2 : pour une approche  
idéaltypique des consommateurs de  
séries télévisées

*From TV watching to TV viewing,  
season 2 : For an ideal-typical approach  
to TV series consumers*

Catherine Dessinges

Université Lyon 3, Laboratoire Marge  
catherine.dessinges@univ-lyon3.fr

Lucien Perticoz

Université Lyon 3, Laboratoire Marge  
lucien.perticoz@univ-lyon3.fr

## Résumé / Abstract

Cette contribution analyse les pratiques de consommation des séries télévisées d'une population de 22 étudiants en audiovisuel afin de mettre à l'épreuve des profils idéaltypiques de consommateurs de séries télévisées tels qu'ils ont été formalisés dans un travail de modélisation des modes de visionnage des contenus télévisuels (Perticoz & Dessinges, 2015). Nos résultats, présentés à l'appui d'une méthodologie expérimentale en trois volets, mettent l'accent sur les modalités de visionnage multi-écrans, les formes plus ou moins grandes d'affranchissement vis-à-vis des grilles de programmes et la diversité des modes d'appropriation des objets sériels (du visionnage à l'éventuelle création de contenus originaux). Nos conclusions mettent au jour et nuancent la pluralité de modes de constitution de cultures sérielles toujours plus désynchronisés/délinéarisés, cumulatifs et fragmentés.

Mots-clés : téléspectateur, visionneur, séries télévisées, mutations audiovisuelles, grille de programmes.

*This contribution aims to analyze the television consumption practices of a population of 22 audiovisual students. Our objective is to test ideal-type profiles of television series viewers as formalized in a previously proposed model of TV viewing modes (Perticoz & Dessinges, 2015). Our results, obtained through a three-part experimental methodology, highlight the following: the presence of multi-screen viewing modes; varying degrees of freedom from the constraints of TV programming schedules; and a diversity of appropriation modes of TV series (from viewing to creation of original content). Our conclusions bring to light and nuance the plurality of modes of constitution of serial cultures which are ever more desynchronized and delinearized, cumulative and fragmented.*

*Keywords: television viewer, TV series, audiovisual transformations, TV programming schedule.*

Cette contribution s'appuie sur les résultats d'une première enquête qui fait suite au travail de réflexion théorique sur les nouveaux modes de consommation des séries télévisées. Cette réflexion a été formalisée et présentée dans un précédent article publié (Perticoz et Dessinges, 2015). Nous souhaitons alors appréhender la diversité des formes prises par la consommation de séries télévisées, c'est-à-dire des conditions matérielles et techniques qui participent de leur réception par les publics.

Notre démarche, que nous avons alors qualifiée de « certalienne » dans ses fondements (Certeau (de), 1980), nous amenait à questionner ce que les individus *fabriquent* avec la télévision (ainsi que les écrans qui peuplent leur quotidien médiatique) et les tactiques quotidiennes de visionnages qui en découlent. Plus précisément, la méthodologie que nous avons mise en place a permis d'identifier les formes d'articulations et de structurations réciproques entre l'évolution des pratiques des publics (niveau micro- de l'analyse) et les mutations récentes des industries culturelles et créatives (niveau macro-). En d'autres termes et sans que nous postulions une quelconque prise de pouvoir des publics, nous entendons formaliser un cadre théorique qui serait celui d'une économie politique des pratiques culturelles et médiatiques (Perticoz, 2012).

Notre objectif est donc double : identifier les pratiques « réelles » des publics compte tenu, notamment, d'un renouvellement des offres techniques et commerciales mises à leur disposition pour consommer des contenus culturels et médiatiques ; comprendre comment l'évolution de ces pratiques au quotidien participe pleinement, dans un jeu d'ajustements réciproques, des mutations des différentes filières des industries culturelles et créatives. Sans remettre en cause la capacité des acteurs dominants de la filière à imposer un cadre de visionnage « hégémonique » (Morley, 1993), il s'agit davantage d'acter le fait que « le domaine de la production n'accepte pas d'être totalement séparé de la sphère de la circulation et des échanges [...] [et qu'en conséquence] l'étude de la consommation est indispensable à toute véritable compréhension de la production » (Morley, 1993).

De fait, cette démarche s'inscrit elle-même dans un contexte où la filière de l'audiovisuel a connu de profondes mutations notamment rendues possibles par le passage au numérique – que ces mutations soient de nature socio-culturelle, socio-économique ou qu'elles portent sur les processus créatifs. Il est ainsi d'usage d'avancer que ces mutations ont ainsi entraîné des modifications en profondeur de l'environnement sociotechnique des individus et de leurs modalités d'accès aux contenus audiovisuels (et partant de leurs habitudes de consommation). Mais également des ajustements possibles des manières de découvrir des séries, d'échanger et de construire des réseaux de sociabilité.

Ce sont ces modifications que le présent article ambitionne de cerner le plus finement possible, en mettant à l'épreuve la modélisation que nous avons alors élaborée. Cette dernière dessinait trois axes structurants des pratiques de consommation audiovisuelle (Perticoz et Dessinges, 2015) :

- l'axe de la participation questionnait la capacité des séries télévisées (en tant que contenu de nature sociale-symbolique) à susciter des interactions sociales telles que l'échange d'avis sur tel ou tel épisode, voire sur la mise à disposition de contenus originaux inspirés desdites séries ;
- l'axe de l'autonomie de visionnage devait nous permettre de décrire l'évolution des possibilités offertes aux publics pour s'émanciper (toujours de manière relative) des contraintes imposées par la grille de programmation et donc de se constituer leur propre programmation de contenus sériels ;
- l'axe des interfaces connectées se concentrait sur l'enrichissement de l'offre technique autour de laquelle les publics de séries peuvent construire leurs pratiques de consommation, celle-ci se traduisant à la fois par une multiplication du nombre mais également des types d'écrans (favorisant notamment le visionnage en mobilité sur des terminaux multimédias).

Nous avons alors formulé l'hypothèse que la variété des profils de visionneurs pouvait être lue au regard des mutations socio-technologiques, socio-économiques et socioculturelles qu'a subies la télévision au cours des 40 dernières années, mais également de l'émergence de nouveaux acteurs de l'offre et de la fabrication de matériels qui venaient contrarier les stratégies des acteurs historiques – et offrir aux publics de nouvelles possibilités, tant en termes d'offre de programmes que de modalités de visionnage.

L'un des principaux objectifs de cette contribution est donc de procéder à une première mise à l'épreuve du cadre théorique que nous avons élaboré et d'éprouver ainsi sa solidité en le confrontant aux réalités du terrain. C'est donc bien la pertinence de notre modélisation, notamment en termes d'idéaltypes de visionnage au sens wébérien du terme (Weber, 2003) que nous souhaitons donc valider ou, si besoin, amender. Pour ce faire, nous avons conduit une étude qualitative à l'intérieur d'une population homogène en termes d'âge et de culture audiovisuelle afin d'explorer la diversité des formes prises par la consommation de séries télévisées et de les situer au sein de notre modélisation.

## 1. Cadre méthodologique

Afin d'identifier avec le maximum de finesse les pratiques de consommation sérielles en régime numérique, nous avons choisi de mener notre étude auprès d'une population susceptible d'incarner les facettes les plus contemporaines du télé-visionneur que nous avons défini comme un individu dont la consommation de contenus audiovisuels est potentiellement délinéarisée, désynchronisée et déterritorialisée (Perticoz et Dessinges, 2015). En d'autres termes, cet individu est susceptible de combiner ses activités de visionnage avec des pratiques de

partages de contenus audiovisuels (sur des supports de stockage numérique type clé usb ou via des plateformes en ligne), de prescription (online ou offline) ou encore de création de productions originales (fanfics, parodies, etc.).

### 1.1. Constitution du corpus

Ne pouvant prétendre à l'exhaustivité ou à la représentativité du corpus sélectionné, nous avons pris le parti d'analyser les pratiques d'une population la plus susceptible d'endosser les figures idéaltypiques d'acteurs ou créateurs c'est-à-dire des individus dont les activités de visionnage peuvent être combinées à des pratiques de partage, de recommandation, de prescription ou d'interaction en ligne voire à de la production de nouveaux contenus créatifs de type fanfictions, parodies, blogs de fans.

En d'autres termes, nous sommes partis du postulat que si « nouvelles » pratiques sérielles il devait y avoir, c'était précisément du côté de cette population que nous avons le plus de chances de les identifier. Nous parlons ici d'individus familiers des technologies numériques, dotés d'une riche culture audiovisuelle et usagers réguliers des RSN.

Pour autant, nous n'étions pas spécifiquement en recherche de publics exclusivement composés de fans les plus investis, mais davantage d'un public d'amateurs au sens défini par Hennion (Hennion *et al.*, 2000), c'est-à-dire d'individus qui entretiennent avec ce type de texte audiovisuel « un rapport suivi, recherché, élaboré, quels qu'en soient les médiums ou les modalités » (Hennion *et al.*, 2000, 29). Compte tenu de nos objectifs scientifiques nous ne pouvions pas, *a priori*, nous contenter de privilégier une seule communauté de pratiques. Au contraire, il nous a paru plus pertinent d'identifier, à l'intérieur d'une population de sériephiles, la diversité de leurs pratiques sérielles.

### 1.2. Caractéristiques de la population étudiée

Afin de réunir aisément et régulièrement ce type de population, nous avons donc fait le choix de recruter la promotion de Licence 3<sup>e</sup> année en *Audiovisuel et médias numériques* du département Information-Communication de l'Université Jean Moulin Lyon 3. Il s'agit d'une population de 22 étudiants sélectionnés sur dossier (notes, motivation, expériences) dont la culture « geek » et audiovisuelle constituait un prérequis pour les admissions tout autant que l'expérience en termes de réalisation de projets audiovisuels (parfois multi-supports). La formation de licence qu'ils ont intégrée en septembre 2016 visait à les professionnaliser dans les secteurs de l'audiovisuel et des nouveaux médias en leur permettant l'acquisition de compétences théoriques et opérationnelles en lien avec les métiers de la production, de la scénarisation de contenus audiovisuels ou l'encadrement de contenus interactifs et vidéoludiques. Nous avons donc affaire à une population fortement immergée dans les cultures audiovisuelles et numériques, tant du point de vue de la consommation que d'éventuelles pratiques de création/réalisation de contenus originaux.

Les 22 étudiants de ce corpus ont un âge moyen de 22 ans : 13 sont des filles, 9 sont des garçons ; 1/3 d'entre eux vivent seuls, 2/3 vivent en couple ou en colocation.

### 1.3. Caractéristiques de la méthodologie appliquée

Préalablement au recrutement de notre population, nous avons envisagé de mobiliser une méthodologie expérimentale se déclinant en trois volets :

- un *protocole de cahiers d'enregistrement* des activités de visionnage de la population sur trois semaines ;
- deux *focus group* de 1h45 et composés de 11 étudiants chacun. Le premier s'est déroulé sous la forme de prises de parole libre ; tandis que le second s'est appuyé sur des prises de parole contraintes par des tours de table pour chaque question posée ;
- une enquête par *questionnaire* constituée de 228 questions et qui, à ce jour, n'a été complétée que par 17 des étudiants du corpus.

Chacun de ces outils méthodologiques portaient sur des questions relatives aux trois axes de notre modélisation : le partage ; la programmation ; les interfaces connectées ou non.

Les données du focus group ont ensuite fait l'objet d'un double traitement :

- Une retranscription intégrale dans un document Word de 79 pages ;
- Une retranscription thématique par étudiant sur un document Excel. Cette dernière ayant été complétée, a posteriori, par les étudiants eux-mêmes.

Enfin, nous avons demandé aux étudiants de s'auto-positionner sur chaque axe de la modélisation. La chronologie de ces différentes étapes est synthétisée dans le schéma ci-dessous.

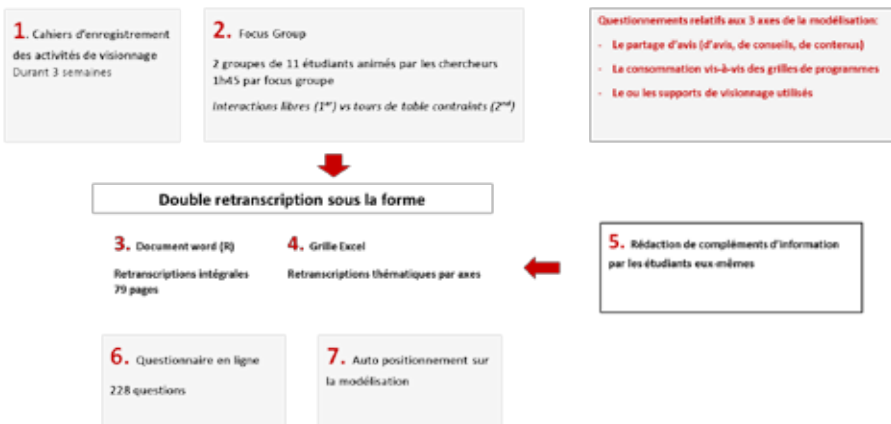


Figure 1 : Étapes chronologiques de la méthodologie

Cette méthodologie a été mise en œuvre sur 3 mois (de février à avril 2017) et s'est construite « chemin faisant », par essai/erreur, dans le cadre d'un cours intitulé *Cultures audiovisuelles numériques*, ce qui nous permettait de disposer d'une population pour ainsi dire « captive » et nécessairement partie prenante de l'étude (celle-ci donnant lieu à une évaluation dans le cadre de leur diplôme).

Si notre méthodologie peut prétendre à un certain degré d'innovation, celui-ci se situe selon nous dans sa dimension « participative » et inclusive, les étudiants ayant été intégrés dès la phase de conception du protocole d'enquête. À travers cette démarche de co-construction du savoir et de la connaissance, la méthodologie utilisée présentait plusieurs particularités.

Nous souhaitons, d'une part, nous appuyer sur les représentations des étudiants (qu'il s'agisse de leurs pratiques ou de leurs cultures sérielles) afin d'élaborer des outils de recueil de données qui soient les plus conformes à leur quotidien de sériephiles. Dans un second temps, ces données pouvaient être confrontées aux témoignages de leurs expériences vécues.

## 2.

### Principaux enseignements de l'étude

Sur une période de 3 semaines, 223 épisodes ont été visionnés par l'ensemble des étudiants de notre corpus, ce qui correspond à une consommation moyenne par étudiant de 7 épisodes en 10 jours ; avec bien sûr des variations à l'intérieur du corpus en termes de volume puisque tous les étudiants ne s'exposent pas avec la même fréquence et intensité à ce type de contenus. Nous avons ainsi pu observer : une consommation intensive pratiquée par les sériephiles (4) à part entière qui regardent une série tous les jours ou presque ; une consommation épisodique qui concerne 4 étudiants déclarant regarder des séries avec beaucoup de modération, voire très peu ; enfin, une consommation régulière concerne la majorité du corpus (14), c'est-à-dire des étudiants se définissant comme des grands amateurs de séries avec un visionnage hebdomadaire autour de 3 à 4 fois par semaine, la série télévisée constituant un contenu audiovisuel parmi d'autres. Au-delà de ces déterminants relatifs au degré d'exposition aux séries, nous proposons *infra* des éléments de compréhension concernant les modalités concrètes des consommations de ce type de contenu.

#### 2.1. L'axe du partage

Une des dimensions essentielles de l'activité de consommation sérielle réside dans les modalités pratiques et matérielles de sa réalisation au quotidien. Il s'agit là essentiellement de la manière dont les rapports d'un individu à une série d'une part, et entre individus autour d'une série d'autre part, se construisent et s'actualisent à toutes les phases du visionnage. Ces préoccu-

pations renvoient dans notre étude aux questions relatives aux activités de découverte, d'informations, de recommandations, d'échange et de partage online ou offline. Du point de vue de notre modélisation, ces formes d'interactions sociales se retrouvent sur l'axe du partage, celui-ci donnant lieu à un certain nombre d'hybridations rendues possibles par les innovations techniques que nous allons détailler *infra*.

### 2.1.1. D'une hybridation des formes de prescription

En effet, la question de la prescription est en partie liée aux recommandations en ligne. Néanmoins, ces dernières sont de loin d'en constituer le principal déterminant. Si les étudiants du corpus peuvent s'intéresser, plutôt en amont du visionnage, aux avis de leurs homologues internautes ou à celui de critiques (experts ou journalistes spécialisés) ils reconnaissent n'y « être [que] moyennement sensibles » en comparaison des avis portés et transmis par les proches et amis auxquels ils restent, à l'unanimité, « très sensibles ».

En d'autres termes, la recommandation sociale sur Internet qui s'apparente au pendant online des pratiques sociales de recommandations offline, n'a pas pris le pas sur ces dernières, les réseaux de sociabilité demeurant la source de prescription la plus fiable et légitime aux yeux des étudiants : « *Entre nous on s'influence déjà beaucoup donc après pourquoi aller chercher encore sur internet ?* » ; « *Quand je vois un site ou tweet qui va parler d'une série, ça va beaucoup moins m'influencer que si un ami me parle d'une série parce qu'un ami va connaître beaucoup plus mes goûts* ». Les influences relationnelles sur les pratiques culturelles individuelles s'appuient, nous le voyons, tout aussi bien sur le caractère commode des interactions ordinaires que sur la connaissance réciproque de soi.

Par ailleurs, il ne nous a pas été possible d'identifier de démarche active un tant soit peu ritualisée ou du moins systématisée de la part des étudiants pour découvrir des séries. En effet, seul un d'entre eux se rend automatiquement sur les réseaux socio numériques pour découvrir de nouveaux contenus audiovisuels, 8 autres déclarant s'y rendre « assez souvent ». La radio, la presse quotidienne, les blogs non-spécialisés ne sont pour leur part quasiment jamais consultés. Seuls les blogs spécialisés rencontrent les faveurs de 2 des 4 plus gros consommateurs de séries. Contrairement à d'autres études portant sur les mêmes objets mais sur des publics différents (Combes, 2013) l'activité exploratoire – de navigation – sur Internet n'a par ailleurs jamais été mentionnée, dans aucun de nos outils méthodologiques, comme faisant partie d'un moyen conduisant, par sérendipité, à des découvertes fortuites de séries télévisées.

Notons enfin une dernière tendance : pour la moitié des étudiants ayant un accès à Netflix (soit parce qu'ils sont abonnés, soit parce qu'ils partagent un compte avec un abonné), le système de recommandation personnalisé de ce service de vidéo à la demande sur abonnement constitue une prestation efficace à leurs yeux : « [Après les amis et la famille principalement] *le système*

de recommandation de Netflix joue beaucoup aussi [dans la prescription] » ; « [Sur Netflix] il y a des techniques différentes en fonction de ce que vous avez regardé, en fait ça va vous proposer des choses que vous devriez aimer et du coup c'est vachement prenant » ; « Ah moi, alors beaucoup beaucoup Netflix, ça c'est le critère pour moi pour regarder une série. Si c'est sur Netflix j'y vais, sinon j'attends ».

### 2.1.2. Les échanges en ligne : des imprécations à la réalité des pratiques

Concernant les échanges en lignes, la réalité des pratiques observées est parfois éloignée de certaines imprécations associées à Internet et au numérique. Ces dernières reposent notamment sur l'affirmation que le développement du numérique et de l'Internet aurait non seulement bousculé les habitudes de consommations audiovisuelles mais qu'il aurait également offert la possibilité de s'informer, d'échanger voire de participer en ligne.

En vingt ans, le développement du numérique et de l'Internet a non seulement profondément bousculé les habitudes en matière de consommations audiovisuelles mais il a offert la possibilité aux jeunes et aux moins jeunes de s'informer, d'échanger voire de participer en ligne à des activités expressives (Donnat, 2009) qui sont loin d'être réservées aux seuls fans. Dans le cadre des pratiques sérielles étudiées, il est juste de faire le constat d'une généralisation de la culture de l'écran – pour ne pas dire des écrans – à travers le recours à différents terminaux pour le visionnage de contenus audiovisuels (point sur lequel nous revenons *infra*). Cependant il est inexact de considérer que le dépôt de commentaires en ligne, l'échange d'interprétations au sein de communautés en ligne ou l'activité créative d'écriture numérique (Chapelain, 2017) constitue une pratique pour le moins généralisée, du moins régulière.

En effet, les étudiants sont loin de se rendre avec appétence sur ces espaces de discussion numériques : un seul d'entre eux affirme commenter « assez souvent » les séries visionnées sur des forums de discussion, trois autres parmi les plus grands sériephiles du corpus déclarant ne déposer des avis qu'« occasionnellement » voire « exceptionnellement »<sup>1</sup> :

Je me rappelle qu'il y avait un épisode de *Black Mirror* qui m'avait vraiment perturbé et du coup j'avais fait un tweet là-dessus. L'épisode de Noël de *Sense Eight* où j'étais vraiment super contente qu'il revienne et du coup c'était vraiment la folie dans ma tête, donc ça j'ai tweeté aussi... Il faut vraiment que ce soit un gros événement pour moi pour que je tweete. Sinon je ne vais jamais aller tweeter comme ça.

1 Parmi les réseaux sociaux disponibles, Youtube et Facebook sont les plus mentionnés. Twitter, réputé pour être le site de micro-blogging le plus utilisé par les fans de séries (notamment pour commenter les séries et discuter des prochaines sorties) est boudé par l'ensemble du corpus, y compris par ceux qui détiennent un compte Twitter.

Malgré l'existence de tous ces différents dispositifs numériques et réticulaires à leur disposition sur Internet (blogs, sites, plateformes et réseaux sociaux) même le tchat privé sur Messenger a de la peine à détrôner l'intérêt pour les interactions de face à face et les échanges privilégiés à l'intérieur des réseaux de proches et d'amis.

## 2.2. L'axe de l'autonomie de visionnage

### 2.2.1. D'une émancipation relative de la grille de programmes

Sur l'axe de l'autonomie de visionnage, l'un des points qui ressort avec le plus de netteté confirme bien un processus d'émancipation relative des étudiants de notre corpus, vis-à-vis de la grille de programmation voire de l'institution télévisuelle elle-même : « *Moi c'est streaming clairement. Après parfois je tombe sur des séries, ou un épisode de série, par exemple sur Arte je suis tombé sur une série qui s'appelle Borgen, et je l'ai regardé avec le rendez-vous télévisuel chaque semaine. Mais c'est vraiment rare que ça m'arrive. Et en général c'est pour des séries qu'on a du mal à trouver sur streaming. Genre des séries scandinaves ou des trucs comme ça quoi* ». Ce constat peu surprenant s'inscrit dans le temps long de l'évolution des pratiques télé- et audio-visuelles des publics qui, depuis la commercialisation du magnétoscope dans les années 1980 (Baboulin *et al.*, 1983), profitent de toutes les possibilités offertes par les innovations techniques et/ou commerciales (par exemple de l'enregistrement de programmes sur magnétoscope jusqu'aux possibilités offertes par le téléchargement/streaming illégal ou, plus récemment, la souscription à des abonnements de SVOD type Netflix). Il s'agit là finalement d'un fait connu, relativement bien documenté dans la littérature, certains auteurs ayant ainsi pu pointer la possible remise en question des métiers de la programmation que cette tendance à l'auto-programmation rendrait possible (Cailler, 2011).

Les étudiants de notre corpus le confirment à leur manière lorsque l'un d'entre eux confie : « *quand j'étais petit, y a des amis qui me disaient 'faut que je rentre, y a Charmed, ou Prison Break', alors que maintenant s'il veut regarder un épisode, c'est pas grave, il le regardera demain sur Netflix ou alors d'une autre façon* ». D'une certaine manière, la marge de manœuvre des publics pour visionner des séries dans des emplois du temps toujours plus fragmentés est aujourd'hui plus importante, bien qu'ils soient toujours dans l'obligation de faire des choix. Un des enseignements de notre étude, que des enquêtes sur un corpus plus important pourraient ou non confirmer, porte ainsi sur le statut même de la grille de programmation conçues par les chaînes de télévision, grilles dont le statut semble bel et bien avoir évolué. Comme nous venons de l'évoquer, les étudiants de notre corpus confirment, à quelques rares exceptions près sa capacité déclinante à fixer leur agenda de consommation de séries. Toutefois, cela ne signifie pas pour autant qu'ils ne regardent plus de séries diffusées par les chaînes de télévision.

### 2.2.2. Une autonomie relativisée selon la nature des séries

Dans une certaine mesure, l'autonomie des pratiques de programmation de nos étudiants peut être relativisée, selon la nature des séries regardées. Afin de mieux nous aider à comprendre les spécificités de leurs pratiques culturelles, et dans une logique de distinction opérationnelle, ces derniers ont, lors des *focus groups*, très rapidement co-construit deux catégories susceptibles d'orienter des pratiques de visionnage différenciées : les séries complexes et les séries chips.

Les séries complexes appartiennent largement au domaine de « la télévision de qualité » définie par McCabe et Akass (2008)<sup>2</sup> à savoir des séries aux contenus originaux et audacieux, tant par la forme que par le sujet, proposant une narration complexe et s'adressant plutôt à un public au capital culturel élevé. « *Les séries complexes poussent à réfléchir, à avoir un vrai dialogue après, et justement à élaborer plus de théories* » déclarent les étudiants. Sont citées dans cette catégorie des séries majoritairement américaines produites par des chaînes câblées (HBO, Showtime, Netflix, etc.) comme *Breaking Bad*, *Games of Thrones* ou *House of cards*.

Les séries chips sont pour les étudiants des contenus de divertissement pur et de détente, ne demandant pas d'engagement affectif fort, ni une attention particulière. Pour ces séries, l'ordre des épisodes n'a pas d'importance, ni même la répétition du visionnage. Ces séries recouvrent la plupart du temps des formats courts, englobent généralement des programmes de stock, à l'univers plus ou moins limité et s'inscrivent plutôt dans une grille de programmation : « *on n'aura pas forcément cherché à les regarder, mais ça passe toujours bien...* ». Entrent dans cette catégorie les comédies et les sitcoms de type *Friends*, *Desperate Housewives*, *Les Simpsons*, *Gossip Girl*, *Kaamelott* diffusées sur des chaînes françaises publiques ou privées comme W9, TMC, TF1, HD1, France 4 lesquelles « *fournissent des séries chips sympas* ».

La distinction entre séries chips et séries complexes reposerait sur des pratiques culturelles différenciées en termes de contexte de visionnage (collectif vs solitaire), de temporalité (direct vs différé), de langue (plutôt en VO pour les séries complexes) et d'engagement (attention diffuse vs immersion). En effet, les séries complexes demandant beaucoup plus d'attention, la majorité des étudiants déclare ainsi ne pas faire d'autre activité simultanément. Le dispositif d'écoute doit donc être maximisé : il convient d'être confortablement

2 Le concept de Quality TV qui a surgi aux États-Unis dans les années 2000 est né d'études sur la fiction, plus précisément sur les séries télévisées. Parmi les programmes cités, ceux de HBO sont largement mentionnés comme étant prototypiques de cette télévision de qualité qui renvoie aussi bien aux conditions de production, à la création et l'inventivité des scénarios, qu'aux conditions de diffusion ou aux horizons d'attente des publics (McCabe et Akass, 2008, p. 92).

installé à la maison, d'éliminer tout risque de nuisance comme le portable et de se « *donner corps et âme à l'épisode* ». Souvent, le visionnage se pratique en couple ou de manière délibérément solitaire pour favoriser la concentration et l'immersion fictionnelle. En revanche, pour des séries à structure narrative plus simple, manger, trainer sur les réseaux sociaux, envoyer des messages est beaucoup plus fréquent car les contenus proposés se consomment « *de manière légère, à l'apéro en pratiquant d'autres activités entre amis ou en tant que bruit de fond* ». « *Si je suis occupée, si je suis avec des amis, si je cuisine je regarderai une série chips* » ; « *Je peux faire davantage de choses devant une 'série chips' : manger, regarder mon portable, avoir des discussions avec des personnes...* ».

Les effets recherchés du visionnage de ces contenus sont également distincts : le recours aux séries chips est souvent très lié au développement de la sociabilité et au divertissement, là où les étudiants vont se tourner vers les séries longues pour favoriser une expérience plutôt solitaire et profonde avec l'univers narratif. Pour autant, il n'existe pas de hiérarchie culturelle au sens que Bourdieu donne à ce terme entre ces deux catégories : les étudiants ne relèvent pas la distinction série complexe/série chips pour définir une « bonne » série. L'essentiel étant que le plaisir sériel soit au rendez-vous (l'humour étant un des aspects recherché pour les séries chips) et la caractérisation des personnages réussie – et dans une moindre mesure un concept original – des notions qualitatives aussi bien applicables à l'un qu'à l'autre des sous-genres : il n'existe pour ainsi dire pas de régime de valeur dominant associé à l'une ou l'autre de ces catégories.

	Séries complexes	Séries chips
Caractéristiques	Télévision de qualité (McCabe et Akass, 2008)	Télévision de divertissement
Séries types	<i>Breaking Bad, Games of Thrones</i> ou <i>House of Cards</i>	<i>Friends, Desperate Housewives, Les Simpson, Gossip Girl, Kaamelott</i>
Modalités de réception	Plutôt solitaire/en couple	Plutôt collectives
Engagement	Immersion	Attention diffuse
Temporalité du visionnage	Différé	Plutôt en direct sur des chaînes françaises W9, TMC, TF1, HD1, France 4
Langue	Plutôt VO	Plutôt Langue française

Figure 2 : Distinction expérientielle entre séries chips et séries complexes

Ces distinctions qui se dégagent de l'analyse des focus groupes conduisent à considérer que la consommation de séries chips est davantage articulée à une sociabilité « de situation » que le visionnage de séries complexes (dont la consommation est beaucoup plus émancipée des grilles de programmation). En effet, ces dernières favorisent une expérience plutôt solitaire et immersive impliquant des logiques de rendez-vous plus lourdes à mettre en place. En ce sens, les couples et les colocataires sont plus logiquement amenés à indexer le visionnage sur l'emploi du temps de chacun sans effort démesuré d'organisation. Une étude quantitative en cours sur la consommation sérielle multi-supports devrait préciser la validité de ces premières conclusions.

### 2.2.3. Vers l'actualisation de « nouvelles » contraintes

Qu'ils aient recours au streaming/téléchargement (illégal dans la très grande majorité des cas) ou qu'ils aient souscrit un abonnement à la plateforme de SVOD Netflix, l'ensemble des étudiants de notre corpus confirment, sauf pour le cas des séries chips ou quelques rares situations fortuites, ne plus beaucoup inscrire leur consommation de séries dans la grille de programmation des chaînes de télévision française. Pour autant, les étudiants ne se sont pas émancipés de toutes formes de contraintes. Ce constat se vérifie d'autant plus :

- qu'ils déclarent consommer majoritairement des séries produites aux États-Unis. Leur consommation est donc parfois tributaire de la date de la première diffusion d'un épisode que ce soit sur un network, une chaîne du câble ou sur Netflix : « [Breaking Bad], c'est une série que j'ai rejoint pendant sa programmation du coup c'est une des seules séries que j'ai pas binge-watché, que j'ai pas finie en une semaine ».
- qu'un visionnage différé expose nos étudiants au risque d'être *spoiled* avant d'avoir pu visionner l'épisode en question : « Moi, par exemple, la journée où Game of Thrones sort aux États-Unis, je ne passe pas par des communautés et je ne lis pas des messages, j'évite parce que je sais que je tomberais sur des commentaires qui vont me déchirer l'épisode » ;
- qu'ils peuvent voir, s'ils ont rattrapé le rythme de diffusion d'une série dans son pays d'origine par exemple, revenir la frustration que peut générer par l'attente entre deux épisodes ou, pire, entre deux saisons afin de connaître la suite de leurs intrigues préférées.

Dans ce contexte, la pratique maintenant bien connue du *binge watching* peut ainsi être envisagée comme une des réponses fonctionnelles à cette frustration, une manière de l'exorciser en visionnant une « bonne dose » de sa série préférée pour arriver à certaine forme de satiété. Une étudiante nous dit ainsi : « moi c'est par phase, je regarde beaucoup beaucoup beaucoup de séries d'un coup et après pendant 2 mois je peux m'arrêter et regarder plus des films ». D'une certaine manière, nous pouvons nous demander si le *binge watching* ne génère pas ses propres contraintes en amenant le spectateur à s'inscrire dans une relation de dépendance vis-à-vis d'une série, ce qui serait

finallement l'inverse de l'autonomie (un point que les concepteurs de la plateforme Netflix ont, à cet égard, bien intégré dans leur politique de diffusion de leurs séries *premium*).

### 2.3. L'axe des interfaces connectées

Enfin, les étudiants de notre corpus ne font pas exception dès lors qu'il s'agit de faire ressortir une tendance : celle de la place prépondérante prise par les écrans dans le cadre des pratiques culturelles des publics jeunes ainsi que de leur multiplication au niveau des pratiques de visionnage de contenus audiovisuels (Jouët et Pasquier, 1999 ; Octobre, 2016). Si les résultats de notre enquête confirment globalement cette tendance de fond, certaines nuances apparaissent néanmoins concernant les modalités d'arbitrage à l'œuvre, dès lors qu'il s'agit de choisir tel ou tel écran de visionnage. De plus, bien loin de disparaître, l'écran de télévision, selon les cas, offre encore une belle résistance dans les pratiques de visionnage des étudiants de notre corpus d'amateurs de séries.

#### 2.3.1. L'ordinateur portable : le principal support de visionnage

Tout d'abord, il ressort que le taux d'équipement en écrans est assez important parmi les étudiants et conforme à la moyenne nationale de 6,4 par foyer (Médiamétrie, 2016). En effet, les étudiants du corpus possèdent en moyenne 2,5 écrans hors consoles de jeux. Par ailleurs, ils disposent tous au moins d'un ordinateur portable et d'un smartphone. Rares sont ceux qui possèdent un écran d'ordinateur fixe (3) ou une tablette (2). En revanche, la moitié d'entre eux possèdent un téléviseur et déclarent s'en servir comme support de visionnage.

Dans un contexte où il est possible de visionner des séries sur toutes sortes de supports, c'est sur l'ordinateur portable que les étudiants déclarent en regarder tout le temps (11) ou assez souvent (4). La grande majorité d'entre eux n'utilise jamais ni de vidéo-projecteur (16) ni de tablette (14) pour leur visionnage. Dans le premier cas, on imagine aisément que le critère économique est déterminant compte tenu de notre population de référence. En ce qui concerne la tablette, ce constat doit être relié au faible taux d'équipement des étudiants de notre corpus pour ce terminal spécifique, ce qui nous empêche de véritablement pouvoir en tirer des conclusions ne serait-ce que partielles du point de vue de leurs pratiques. L'ordinateur fixe, pour sa part, représente un support de visionnage marginal dans notre corpus, y compris parmi les étudiants qui en possèdent un.

Concernant le smartphone, alors même que ce support pourrait être envisagé comme l'outil privilégié du visionnage de contenus sériels en mobilité, il ressort que celui-ci n'est utilisé que très occasionnellement pour regarder des formats courts, et ce uniquement par les 2 étudiants dont la série télévisée constitue la consommation principale de contenus audiovisuels. En effet, nous

constatons que lors de leurs déplacements, c'est l'ordinateur portable qui est très nettement privilégié. En mobilité (et nous parlons là de trajets longs et le plus souvent en train), c'est l'ordinateur portable qui est majoritairement cité, ce qui peut se traduire par la volonté de se ménager un certain confort de visionnage. Néanmoins, certains étudiants ont fait valoir que le visionnage sur ordinateur portable était, dans la plupart des cas, un choix par défaut. Ainsi, à la question : « *Quel est votre terminal privilégié de visionnage ?* » nous obtenons des réponses du type : « *J'utilise l'ordinateur portable le plus souvent mais si je pouvais je regarderais [les séries] sur un grand écran* » ou « *J'utilise l'ordinateur portable parce que je n'ai pas accès à un téléviseur avec un format plus grand, sinon je préfère la télévision pour le confort et la dimension de l'écran* ».

### 2.3.2. *Un certain goût du confort : la télévision fait de la résistance*

Il semblerait bien que, dès lors qu'un certain « confort de visionnage » est visé par les étudiants de notre corpus, c'est davantage la télévision qui est finalement sollicitée. Ce confort de visionnage, bien loin d'être accessoire ou périphérique, se révèle être au contraire structurant au moment de choisir l'écran sur lequel les étudiants regardent leurs séries télévisées. À cet égard, il apparaît une fois encore que c'est bien la nature du contenu sériel regardé qui conditionne en partie une certaine « quête » de confort. En effet, et il s'agit selon nous d'un fait remarquable, si l'ordinateur portable est incontestablement l'écran de visionnage privilégié au sein de notre corpus, il convient toutefois de relever que parmi les étudiants possédant un poste de télévision, c'est bien ce dernier qui arrive très nettement en seconde position. Les enseignements, pour l'instant provisoires, que nous pouvons en tirer sont que l'écran de télévision « résiste » en tant que support de visionnage auprès d'une population jeune et qu'il serait intéressant de voir si cette tendance se confirmera à mesure que celle-ci entrera dans la vie active.

Les résultats de notre étude mettent en avant le fait que ce confort de visionnage est déterminé par l'articulation du format sériel avec le type d'expérience de visionnage recherchée. En effet, la proportion d'étudiants qui regardent leurs séries sur le poste de télévision augmente avec la durée de ces fictions : les étudiants ont davantage tendance à visionner les formats de 45 minutes et plus sur leur écran de télévision. En d'autres termes, ils semblent réserver ce support à des fictions longues. Il ressort que la télévision favorise l'immersion fictionnelle qui est elle-même l'un des critères caractérisant, selon nos enquêtés, une expérience esthétique digne de ce nom. Une étudiante nous le confirme lorsqu'elle concède que : « *si [elle] regarde sur un autre support [que la télévision, elle aura] tendance à faire autre chose [Elle ne sera] pas [...] complètement happée par [sa] série* ». À l'inverse, l'écran d'ordinateur semble plus propice au repli sur soi : « *sur l'ordinateur je vais plus avoir tendance à regarder les séries que je regarde seule en fait et sinon à la télé c'est quand je suis avec mon copain [...]. Si c'est une série qui me plaît qu'à moi je la regarde dans mon coin sur l'ordinateur* ». Ces extraits résument et présentent fort bien

les motivations, pour la plupart des étudiants qui en sont équipés, du recours à l'écran de télévision dans une forme de complémentarité avec l'ordinateur.

### 3.

## Conclusion et perspectives méthodologiques de recherche

Dans une logique de représentation idéaltypique permettant d'appréhender la diversité des postures de consommateurs sériels, nous pouvons présenter de manière simplifiée les résultats de notre étude sur la présente modélisation (figure 3). Celle-ci permet de visualiser comment les étudiants eux-mêmes se représentent leurs consommations sérielles selon les axes de l'autonomie de visionnage, de la participation et des interfaces connectées. Ainsi, nous pouvons voir si ces consommations :

- s'inscrivent plutôt dans la grille de programmes d'une chaîne ou non (axe de l'autonomie de visionnage) ;
- si elles se limitent à une simple « spectature » ou si elles donnent lieu à différentes formes de partage pouvant notamment aller jusqu'à la création de nouveaux contenus (axe de la participation) ;
- enfin si elles s'effectuent sur un poste de télévision et/ou sur plusieurs écrans (axe des interfaces connectées).

## Les figures du télé-visionnage

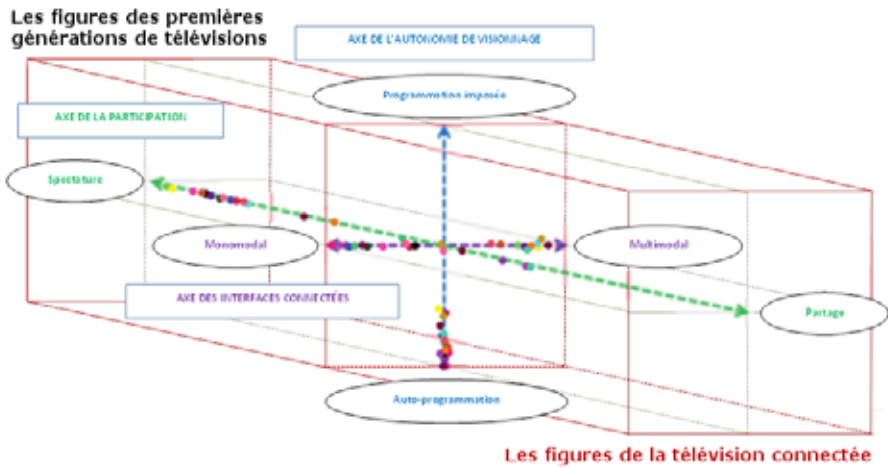


Figure 3 : Auto-positionnement des étudiants concernant leurs postures de consommations sérielles

En repartant de cette figure, nous pouvons formuler trois constats.

En premier lieu, sur l'axe allant de la spectature imposée au partage, il ressort que les points sont majoritairement situés du côté la première occurrence. Ce positionnement nous semble indiquer que pour ce type de contenu, les étudiants privilégieraient davantage les échanges dans les sphères de la sociabilité en présentiel, plutôt que sur les médias sociaux. En effet, bien qu'aujourd'hui Internet et les nouveaux outils de communication numérique permettent de prolonger, voire de faire émerger de nouvelles modalités de la participation telles que les pages personnelles, les blogs de fans ou les forums de discussion, il s'avère que l'implication de nos étudiants dans leur consommation d'œuvres sérielles est principalement située du côté des commentaires, des conversations et des recommandations offline. Sur ce point et malgré les possibilités offertes par le numérique, ce sont bien certaines continuités au niveau des pratiques que nous observons. En effet, il ressort de notre enquête que les étudiants sont avant tout spectateurs des contenus sériels qu'ils visionnent : les formes d'activité constatées se situent essentiellement du côté de l'échange d'avis sur une série (le plus souvent hors ligne) alors que la création de contenus originaux est, pour ainsi dire, inexistante.

Des inflexions semblent en revanche pouvoir être observées sur l'axe allant de la programmation imposée à l'auto-programmation. En effet, les étudiants de notre corpus se voient très clairement comme des adeptes de l'auto-programmation rendue possible grâce au téléchargement ou au *streaming*. Néanmoins, l'analyse des *focus group* fait ressortir qu'ils n'ont pas forcément conscience

que leur propre pratique s'inscrit parfois dans le cadre des grilles de programmation « classiques ». Ces grilles semblent ainsi conserver un rôle prescripteur, celui-ci ayant néanmoins évolué ces dernières années. Dès lors que les séries sont utilisées comme bruit de fond ou que leur consommation – pour les séries chips – s'inscrit avant tout dans une logique de socialisation avec les pairs, la grille de programmation reprend alors toute sa place en tant qu'instance de prescription et outil de gestion du temps des publics. À cet égard, nos premières conclusions rejoignent pour partie celles des recherches de Beuscart et al., (2012) concernant l'impact des offres de télévision à la demande au niveau d'une supposée désynchronisation des audiences (Beuscart et al., 2012). Alors même que ces services « [ouvrent] la possibilité d'une désynchronisation des consommations télévisées, d'un éclatement temporel de l'audience » (Beuscart et al., 2012, 67), les auteurs font notamment le constat que « la suppression de la contrainte technique de la diffusion ne se traduit pas nécessairement par une allocation temporelle aléatoire de la consommation [...] [et que] dans l'ensemble, la consommation de rattrapage reste fortement synchronisée, et proche de la diffusion hertzienne ».

Enfin, l'axe des interfaces connectées demeure pour nous le plus difficile à interpréter. Si les individus de notre corpus regardent moins leurs séries dans le cadre de la grille de programmation concoctée par l'institution télévisuelle, il n'en demeure pas moins que la télévision, en tant que support de visionnage, peut encore bénéficier des faveurs de nos étudiants amateurs de séries pour deux raisons au moins : le confort d'une part, sa capacité d'autre part à être le support le plus susceptible de mobiliser des modalités de réception partagées, que ce soit en famille, dans l'intimité du groupe ou au sein d'un réseau d'amis comme nous l'avons vu avec le recours aux séries chips. Cependant, à l'analyse, il nous est difficile de saisir comment les étudiants ont appréhendé la manière dont ils pouvaient positionner leur pratique de visionnage sur notre modélisation : visionnent-ils leurs séries systématiquement sur plusieurs écrans ? Passent-ils d'un écran à l'autre au cours du visionnage ? Est-ce que certains types de séries sont visionnés sur des écrans spécifiques ? Effectuent-ils d'autres activités en ligne sur d'autres écrans pendant leur visionnage ?, etc. Nos analyses font apparaître clairement que la télévision et l'ordinateur portable constituent deux supports de visionnage hégémoniques et que le moment du visionnage se fait plutôt sur un seul écran, le tout avec très peu d'activités en ligne dès lors qu'il s'agit de séries complexes. En conséquence, nous formulons l'hypothèse que les pratiques de visionnage de séries sont essentiellement et majoritairement monomodales. Ainsi, là où un acteur tel que Netflix offre la possibilité de visionner un même épisode d'une série en alternant les terminaux utilisés (par exemple en commençant à le regarder sur son téléviseur pour ensuite poursuivre le visionnage sur téléphone mobile, dans les transports publics), il apparaît que les étudiants ont davantage tendance à utiliser le même terminal sur toute la durée de l'épisode qu'ils sont en train de visionner. Nous pouvons également envisager qu'à chaque type de séries corresponde un type d'écran

qui lui serait dédié. Les prochaines enquêtes à plus grande échelle devront nous permettre de confirmer ou de nuancer ce postulat.

En conclusion, il apparaît que notre approche idéaltypique des consommateurs de séries télévisées a permis une mise à l'épreuve globalement satisfaisante de notre modélisation. Les données recueillies ont été suffisamment riches pour permettre de positionner, sans trop de difficultés, les étudiants sur les axes de la participation et de l'autonomie de visionnage. En revanche, l'axe des interfaces connectées demeure ambigu dans ce qu'il prétend montrer, rendant dès lors toute interprétation quelque peu hasardeuse à ce stade. Il s'agit là de pistes de recherches qui nous permettront de continuer à affiner les outils méthodologiques que nous avons mobilisés.

## Bibliographie

Baboulin J.-C., Gaudin J.-P., Mallein P. (1983). *Le Magnétoscope au quotidien : un demi-pouce de liberté*, Paris, Aubier-Montaigne, INA.

Beuscart J.-S., Beauvisage T., Sisley Maillard S. (2012). « La fin de la télévision ? Recomposition et synchronisation des audiences de la télévision de rattrapage ». In *Réseaux*, 2012/5, n° 175, p. 43-82.

Cailler B. (2011). « Quel futur pour la programmation de télévision : le danger du tout consultatif ? ». In *ESSACHESS*, vol. 4, n° 7, Juillet 2011, p. 129-139.

Certeau (de) M. (1990). *L'invention du quotidien, t. I, Arts de faire*, Paris, Gallimard.

Chapelain B. (2017). « La participation dans les écritures créatives en réseaux : de la réception à la production ». In *Le français aujourd'hui*, vol. 1, n° 196, p. 45-56.

Combes C. (2013). *La pratique des séries télévisées : une sociologie de l'activité spectatorielle*, Thèse de doctorat, Mines ParisTech.

Donnat O. (2009). *Les pratiques culturelles des Français à l'ère numérique. Enquête 2008*, Paris, La Découverte.

Hennion A., Maisonneuve S., Gormart É. (2000). *Figures de l'amateur*.

*Formes, objets, pratiques de l'amour de la musique aujourd'hui*, Paris, La Documentation française.

Jouët J., Pasquier D. (1999). « Les jeunes et la culture de l'écran. Enquête nationale auprès des 6-17 ans ». In *Réseaux*, vol. 17, n° 92-93, p. 25-102.

McCabe J., Akass K. (2008). « It's not TV, it's HBO's original programming: Producing quality TV ». In Leverette M. (dir.), *It's not TV: Watching HBO in the post-television era*, New York, Routledge, p. 83-94.

Médiamétrie. (2016). Observatoire de l'équipement audiovisuel des foyers, Résultats du 4<sup>e</sup> trimestre 2015 et du 1<sup>er</sup> trimestre 2016 pour la télévision. Résultats de l'année 2015 pour la radio.

Morley D. (1993). « La réception des travaux sur la réception. Retour sur "Le Public de Nationwide" ». In *Hermès, La Revue*, vol. 1, n° 11-12, p. 31-46.

Octobre S. (2014). *Deux pouces et des neurones. Les cultures juvéniles de l'ère médiatique à l'ère numérique*, Paris, La Documentation Française.

Perticoz L., Dessinges C. (2015). « Du télé-spectateur au télé-visionneur. Les séries télévisées face aux mutations des consommations audiovisuelles ». In *Études de communication*, vol. 44, p. 115-130.

Perticoz L. (2012). « Les industries culturelles en mutation : des modèles en question ». In *Revue française*

*des sciences de l'information et de la communication*, vol. 1. Disponible sur <http://rfsic.revues.org/112> (page consultée le 04 décembre 2018).

Weber M. (2003). *Économie et société – Tome 1, Les catégories de la sociologie*, Paris, Pocket.

