

Université de Montréal

Crise identitaire : *Arrested Development* et le portrait d'une sitcom dans le paysage
télévisuel contemporain

par
Julien Martineau

Département d'histoire de l'art et d'études cinématographiques
Faculté des arts et des sciences

Mémoire présenté à la Faculté des arts et des sciences
en vue de l'obtention du grade de Maîtrise
en études cinématographiques

Juillet 2010

©, Julien Martineau, 2010

Université de Montréal

Faculté des arts et des sciences

Ce mémoire intitulé :
Crise identitaire : *Arrested Development* et le portrait d'une sitcom dans le paysage
télévisuel contemporain

présenté par :
Julien Martineau

a été évalué par un jury composé des personnes suivantes :

.....
président-rapporteur
Germain Lacasse

.....
directeur de recherche
Silvestra Mariniello

.....
membre du jury
Marion Froger

Résumé

À la fin des années '90, les modes de consommation et de production qui caractérisent l'industrie télévisuelle subissent une transformation de taille. Parce qu'elle a su s'appuyer sur les nouveaux médias et explorer de nouveaux horizons, l'industrie télévisuelle a complètement changé de visage. Les programmes télévisés – autrefois linéaires et conçus pour un public indifférencié – ont considérablement changé, bouleversant de ce fait même les habitudes des téléspectateurs. L'émergence des nouvelles technologies et la sophistication de la demande ont contraint l'industrie à développer de nouveaux concepts, en misant de plus en plus sur des produits forts singuliers, complexes sur le plan narratif. Les meilleurs sitcoms sont aujourd'hui conçus comme des objets hybrides, influencés tout à la fois par les engouements et les phénomènes populaires, la télé-réalité et le documentaire. C'est le cas de la défunte série *Arrested Development*, encensée par la critique pour son originalité et son impertinence. L'exubérance histrionique, l'éclatement du récit, l'humour autoréférentiel et l'intertextualité ont fait la réputation de cette série culte, devenue très influente dans le monde des séries télévisées. Ces éléments remarquables – décriés par les premiers commentateurs qui les trouvaient perturbants – montrent que l'avènement de pratiques nouvelles au sein de l'univers télévisuel a radicalement transformé l'expérience du téléspectateur.

Mots clés : Télévision, médium télévisuel, sitcom, comédie, *Arrested Development*, téléspectateur, autoréférentialité.

Abstract

At the end of the 1990's, the television industry experienced drastic changes to consumption and production practices. Through the exploitation of new media and exploration of new horizons, the industry has undergone a complete transformation. The nature of television programs, which were traditionally linear and designed for a general audience, has changed considerably too, deeply affecting the experience of the viewers. With the emergence of new technologies and the sophistication of public demand, the industry has to rely on brand new concepts, henceforth developing unique and complex narratives. Some of the best sitcoms are now designed as hybrid products, influenced by cultural fads, popular phenomena, reality shows and documentaries. Praised by viewers and critics for its unconventional format, the television show *Arrested Development* is characterized by its histrionic exuberance, non sequitur storytelling, self-referential lines and intertextuality that have become very influential in contemporary television. This television product contains unique features – considered by contemporary commentators as being somewhat disruptive and controversial – which show how the advent of new practices within the television industry has ultimately transformed the viewer's entire experience.

Key Words: Television, televisual medium, sitcom, comedy, *Arrested Development*, viewers, self-consciousness

Table des matières

-Introduction	1
Mise en place.....	4
-Chapitre 1: La télévision aujourd’hui	7
1.1 Changement de perception.....	7
1.1.1 Les trois phases de l’industrie télévisuelle.....	9
1.1.2 Nouveau mode de structuration ou destruction du <i>flow</i> ?.....	14
1.2 Un médium en constante mutation.....	17
1.3 Téléspectateur, consommateur, archiviste?.....	19
1.4 Vers un excès visuel et esthétique.....	22
-Chapitre 2 : <i>Sitcom</i> ou non? La comédie et la télévision	24
2.1 <i>Sitcom</i> 1.0 : Racine et filiation.....	24
2.2 L’effet HBO.....	33
2.3 <i>Sitcom</i> version 2.0 : Observation d’un moment comique.....	36
2.3.1 Les précurseurs : les deux «Larry».....	40
2.3.2 <i>The Office</i> et la <i>comédie vérité</i>	44
-Chapitre 3 : Un médium qui s’interroge. <i>Arrested Development</i>, sitcom télévisuelle	49
3.1 L’essor de la voix-off.....	50
3.1.1 <i>Arrested Development</i> et son narrateur attentif.....	55
3.2 Transgressions sonores des <i>sitcoms</i> télévisuelles.....	58
3.2.1 Le « Bip » sonore.....	63
3.2.2 Le silence et la performance comique.....	67
3.3 <i>Sitcom</i> télé-visuelle.....	70
3.3.1 Jeux d’interprétation.....	70

3.3.2 Rencherir avec l'image.....	74
3.4 La pilule de la mémoire.....	76
3.5 Le cas «S.O.Bs» et l'hyper-référentialité.....	79
-Conclusion.....	89
-Bibliographie.....	94
-Filmographie.....	100

Remerciements

Je tiens à remercier Lyne pour sa patience et ses encouragements, Silvestra pour son dévouement ainsi que ma famille et amis.

INTRODUCTION

C'est en lisant un comic strip de *Peanuts* (voir Fig. 1) où Snoopy propose des réflexions sur le médium télévisuel que m'est venue entre autres, l'idée de travailler sur la télévision.

ILLUSTRATION RETIRÉE

Fig. 1 : comic strip publié le 11 février 1961; tiré de *The Complete Peanuts-1961 to 1962* de Charles M. Schulz. Fantagraphics Books.

En fait, les remarques du beagle de Charlie Brown, «I have no real quarrel with sponsors and the people behind programming...» et «there also seems to be an effort made now and then to stimulate creative viewing...» m'ont interpellé par ce questionnement qui est toujours aussi pertinent et actuel. Ceux qui sont derrière la programmation, la création ainsi que la stimulation d'une expérience télévisuelle nouvelle. Questionnement en lien direct avec les préoccupations des *études télévisuelles*. Ces dernières s'attardent notamment à la technologie, la création, la distribution, la publicité et l'auditoire. Shultz a créé ce strip en 1961, à une période où la télévision, en tant que technologie et institution, était encore toute jeune, alors que les conventions des grands réseaux américains se mettaient en place. La télévision est-elle si différente aujourd'hui? Les émissions interpellent-elles toujours le téléspectateur? À voir cette grosse boîte, ses boutons et sa roulette et Snoopy qui est posé devant cette télévision, il est difficile de ne pas se rendre compte de l'évolution et de la transformation du médium en tant que technologie mais aussi par l'ensemble d'expériences et de pratiques associées à son utilisation.

En 2010, près de cinquante ans après ce strip de Schulz, la télévision peut toujours être regardée comme le fait Snoopy, assis confortablement devant le moniteur. Mais de plus en plus et nous le verrons dans le premier Chapitre, il est possible d'accéder à un contenu télévisuel sur une multitude de plateformes. La télévision se regarde sur des appareils portatifs, des ordinateurs et le libre choix du téléspectateur est possible grâce entre autres aux compilations de séries télévisées sur DVD/Blu-Ray ou des technologies informatiques par filtres et moteurs de recherche. Bref, en plus de toucher à la technologie et aux pratiques de visionnement, le processus continu de transformation touche aussi la programmation, sa production et sa création.

Au delà de l'évolution technologique qui entoure l'appareil et ses usages, il y a ce qu'on regarde à la télévision, la programmation et les émissions-mêmes. C'est plus précisément le genre *sitcom*¹ qui me servira de fondation à ce texte. Pourquoi la sitcom? Parce que la comédie à la télévision est partout, mais trop souvent négligée au profit d'études sur la violence, les nouvelles/informations, la publicité ou des études sur la réception par différentes classes/*gender*. D'ailleurs 38% de la programmation aux heures de grande écoute (*prime time*) est consacrée à la comédie (Gray 2006, p. 49) et les sitcoms domestiques ou familiales (David Marc les nomme *domesticoms*) ont longtemps figuré parmi les top dix de l'échelle Nielsen (système de mesure d'auditoire aux États-Unis). Paradoxalement, « many of academia were overlooking the domesticom » (*ibid.*). Peu d'ouvrages de référence se consacrent essentiellement à la sitcom—Gray (2006); Marc (1989); Morreale (2003); Rollet (2006); Staiger (2000); Tueth (2008)—en sont des exemples. En plus d'articles dans des ouvrages collectifs ou revues scientifiques (entres

¹ J'utiliserai particulièrement le terme *sitcom* mais aussi l'expression *comédie de situation*.

autres Butsch (2005); Mills (2004-2008); Thompson (2007); Williamson (2008)). Quand il est question de la sitcom dans les études culturelles, des médias ou des communications, aussi bizarre que cela puisse paraître, on aborde plus souvent qu'autrement des questions comme son côté mercantile/commercial, la famille, les classes sociales, les ethnies et les races ainsi que les *gender studies* mais on laisse de côté l'humour, la comédie. Tout en abordant certains aspects de la production ainsi que la distribution, je vais aussi mettre l'accent sur les aspects humoristiques des séries comiques.

En effectuant des recherches et des lectures sur la *sitcom* je me suis rapidement rendu compte que le genre tout comme le médium à travers lequel il est diffusé, avait aussi innové. En comparant avec les années '80 et '90, les sitcoms n'occupent plus la même place dans la vie culturelle contemporaine. Comme mentionné plus haut, autrefois le «produit» télévisuel le plus populaire, le genre subit un déclin à partir de la fin des années '90, une époque où le paysage télévisuel se métamorphose graduellement (et ce partout dans le monde). Dans la foulée d'émissions comme *Cops* (FOX, 1989—) et *The Real World* (MTV, 1991—) aux États-Unis et des feuilletons documentaires en Angleterre (la plupart inédits en Amérique du Nord), l'émergence d'émissions de télé-réalité change l'industrie télévisuelle. Je me questionnerai donc sur la mutation et l'embrouillement des genres dans les formes télévisuelles. Pour reprendre l'expression de John Corner qui parle d'une «hybridisation accros the generic range of television» (1996, p. 181), le type d'émission qui «en profite» le plus est la sitcom, où devrait-on l'appeler différemment? Du coup, la sitcom longtemps emprisonnée dans une esthétique figée, se voit «renaître» sous une nouvelle forme. Le Chapitre 2 se consacre à l'évolution de la

sitcom et la place que cette dernière occupe par rapport aux changements dans le paysage télévisuel contemporain, parmi ce foisonnement de nouvelles émissions, une programmation hybride qui mélange les genres. Le Chapitre 3 sera dédié à l'analyse de la série *Arrested Development* et la façon dont les créateurs utilisent cette forme hybride pour créer des gags, une nouvelle approche humoristique en lien avec la forme, la performance et le rapport avec le téléspectateur.

Mise en place

Comme on peut le déduire, il sera bien sûr question dans ce texte, de mon expérience télévisuelle nord-américaine. Une consommation qui se fait, pour les nouvelles séries, davantage sur support DVD. Mon corpus sera anglo-saxon pour ne pas dire presque exclusivement de sitcoms provenant des États-Unis. D'ailleurs, mon premier vrai contact avec la sitcom américaine s'est fait à une époque où les « television families went crazy » (Tueth 2008, p. 191). Bien sûr, il y avait les familles plutôt proprettes et aux bonnes valeurs telles que *The Fresh Prince of Bel Air* (NBC, 1990-1996)² et *Home Improvement* (ABC, 1991-1999), mais avec l'arrivée des *Married... with Children* (FOX, 1987-1997), *Roseanne* (ABC, 1988-1997) et surtout *The Simpsons* (FOX, 1989—), les sitcoms américaines ont encouragé une nouvelle vision (subversive) du foyer américain, soit celle de représenter des familles de plus en plus dysfonctionnelles. Le succès de nouvelles séries animées comme *South Park* (Comedy Central, 1997—) et *Family Guy* (FOX, 1999-2002 et 2005—) ont poussé l'excentricité et proposé une nouvelle attitude

² À des fins de précision, je vais indiquer entre parenthèses la chaîne de diffusion et les années de production.

comique, celle qui «turned the television medium into a repository of cultural trivia and popular folklore» (*ibid.*, p. 201).

Bien que j'aborde plusieurs émissions comiques, je m'attarderai surtout à la comédie télévisée américaine *Arrested Development* (FOX, 2003-2006) créée par Mitchel Hurwitz et produite par Imagine Television et Twentieth Century Fox Home Entertainment (voir Chapitre 3). Puisque je vais mentionner plusieurs exemples tirés de la série, il serait peut-être convenable de décrire sommairement la prémisse et les personnages de cette série comique. Comme l'est annoncé par la voix du narrateur lors du générique initial, cette série raconte les tribulations de la famille Bluth qui du jour au lendemain perd tout alors que George Sr. (Jeffrey Tambor) patriarche et président de la compagnie immobilière *Bluth Company*, se fait arrêter et emprisonner pour fraude et détournement de fonds. Les actifs gelés par le gouvernement, les autres membres de la famille tous aussi irresponsables les uns que les autres, habitués à un style de vie excentrique, se retrouvent ainsi sans un sou et à la dérive. Lucille (Jessica Walter), est une mère indigne, alcoolique, qui refuse de laisser tomber son mode de vie fastueux et de laisser partir son fils cadet, le perpétuel étudiant souffrant de trouble d'anxiété, Buster (Tony Hale). Le fils aîné George Bluth II qui utilise l'acronyme « Gob » (Will Arnett) est un magicien raté, sans scrupule. Sa sœur Lindsay (Portia de Rossi), indolente et ayant une attitude de « princesse » doit aussi se résigner à déménager auprès de la famille puisque son mari Tobias Fünke (David Cross) perd sa licence de psychiatre alors qu'il tente de réanimer un homme qui n'en avait pas besoin (et réoriente sa carrière afin de devenir... un acteur). Ils doivent aussi s'occuper de leur fille rebelle Maeby (Alia Shawkat). Au milieu de toute cette famille, seul Michael (Jason Bateman), le plus équilibré et qui

cherche avant tout à donner le bon exemple à son fils George Michael (Michael Cera), semble conscient de l’embarras dans lequel sa famille se retrouve.

Mea culpa

À plusieurs reprises, je vais retranscrire des dialogues tirés des séries comiques abordées. Malheureusement, le rythme et la performance des comédiens et comédiennes sont absents de ces retranscriptions. Je tenais à m’excuser auprès d’eux.

Chapitre 1: La télévision aujourd'hui

« Whatever show you want, whenever you want, on whatever screen you want »

-Mark Fischetti, *The Future of TV*

1.1 Changement de perception

Television is more than just a technology—more than a composite of wires, metal, and glass. It possesses an essence that is bound up in its context, in how the box is most commonly used, in where it is located, in what streams through it, and in how most use it, despite the possibility for broad variation in all the factors (Lotz 2007, p. 29).

Le terme « télévision » est convenablement associé à l'appareil même, à une technologie singulière qui se retrouve dans la plupart des foyers nord-américains et ailleurs. Mais comme mentionné ci-haut, la télévision est bien plus que ce simple appareil, cette boîte avec un écran (*a box with a screen*), ce moniteur. Au-delà de cette technologie, qu'il s'agisse d'un récepteur cathodique ou d'un écran plat, que le signal soit transmis par ondes, câble, satellite ou réseau, il faut appréhender la télévision par l'ensemble de pratiques et de comportements qui sont liés à son utilisation (*ibid.*, p. 30). Discuter de l'omniprésence de la télévision, de sa disponibilité, voire de son ubiquité est approprié, toutefois il faut mettre l'accent sur le fait que de nos jours, les paramètres de la télévision, l'interface intelligente ou adaptative, la diffusion (écrans, réseaux et portabilité), sont en constante mutation.

Les rôles traditionnels de consommation et de production du télévisuel changent, mais les générations qui ont connu la télévision à l'ère de grands réseaux connaissent mieux les habitudes liées à l'activité de « regarder la télévision ». Différents aspects de notre expérience sociale et culturelle définissent toujours la télévision par rapport aux pratiques de visionnement familières (téléspectateur assis confortablement devant son téléviseur, audio-visionnant une émission, à une heure fixe). Alors que l'expérience télévisuelle varie sans cesse, se consomme sur toutes sortes d'écrans ou supports (comme les séries télévisuelles sur support DVD ou Blu-Ray, téléchargées en ligne et visionnées sur un ordinateur ou visionnées sur un iPod, iPhone, iPad, PSP, etc.), l'entendement semble persister : on regarde de la « télévision »³. Malgré les constantes mutations, la télévision demeure néanmoins le médium à travers duquel la plupart des gens s'approvisionnent visuellement d'un divertissement, des informations, où les publicitaires rejoignent le plus grand nombre de personnes. Peut-on aujourd'hui affirmer que la télévision est toujours ce symbole de la culture de masse. Difficile à dire dans un contexte de société segmentée où les gens ont des intérêts de plus en plus ciblés (Lotz 2007, p. 5). Une chose est certaine, l'auditoire de masse d'autrefois est davantage considéré comme un amalgame d'auditoires *niches*. Les vingt dernières années sont d'ailleurs marquées par des changements au niveau de la technologie et des plateformes qui occasionnent, avec la multiplication des chaînes et des options offertes aux téléspectateurs, une nouvelle relation entre les téléspectateurs et les programmes. Avec des interfaces comme

³ Le bref parallèle entre la radio et la télévision effectué par Amanda Lotz au début de son ouvrage *The Television Will Be Revolutionized* illustre bien les modes d'existence d'un médium, qui persistent. En effet, la transition de la radio, avec l'avènement de la télévision dans les foyers, s'est effectuée tant au niveau de sa programmation que par l'endroit où l'auditeur l'utilisait. La radio devenait portable, en plus de l'émergence de stations de musique continuelle et stations parlées. La technologie était toujours perçue comme «la radio» malgré les ajustements dans son rôle comme institution culturelle (2009, p.30).

l'enregistreur numérique «intelligent» TiVo (au Québec Vidéotron lance Illico Web en 2010), des systèmes de distribution et des portails vidéos en ligne tels que Netflix, Youtube et Hulu ou Tou.tv qui modifient les habitudes de visionnage, cette programmation se libère de plus en plus des modèles de distribution familiaux. Donc, il existe une relation dynamique entre le médium et la technologie, entre son contenu télévisuel et le téléspectateur. Avant d'aller plus loin, il serait cependant crucial de faire un bref détour sur l'évolution du médium télévisuel. Comme le mentionne Lynn Spiegel dans l'introduction du collectif—avec Jan Olsson—*Television after TV: Essays on a Medium in Transition*, comprendre ce qui est nouveau à propos d'un médium demande une compréhension de son passé et de son présent (2004, p. 1).

1.1.1 Les trois phases de l'industrie télévisuelle

Tout au long de ce texte, je ferai référence aux différentes périodes de l'industrie télévisuelle depuis l'ère de l'omniprésence de la télévision (1950 et après). Afin d'éviter toute confusion lorsqu'il sera question de ces périodes ou phases de la télévision, j'utiliserai la terminologie anglophone comme le fait entre autres l'auteure Amanda Lotz, qui selon moi, est la plus représentative quand il s'agit des phases évolutives du médium télévisuel puisqu'elles restent assez générales et permettent d'englober différentes aspirations socio-culturelles et technologiques. L'appellation de Uricchio, celle de Missika ou Ellis est tout aussi pertinente, mais les références théoriques et historiques anglo-saxonnes récentes utilisent, pour la plupart, les termes évoqués par Amanda Lotz (c'est donc par souci de pertinence lorsque viendra le temps de citer certains auteurs). Bien sûr, ces périodes, qui serviront surtout d'indication temporelle, se

sont incorporées les unes aux autres et présentement, elles se chevauchent. Même s'il y a plusieurs appellations, une chose reste constante : la périodisation (voir Tableau 1).

Tableau 1. Phases de l'industrie télévisuelle

Auteur	1950-1980	1980-2000	2000+
Amanda Lotz	Network Era	Multi Channel Transition	Post Network Era
William Uricchio	Dial Television	Remote Television	From TiVo to YouTube
Jean-Louis Missika	Paléotélévision	Néo-télévision	Post-télévision
Rogers, Epstein et Reeves	TVI (Broadcast)	TVII (Cable)	TVIII (Digital)
John Ellis	Scarcity	Availability	Plenty

Malgré la différente terminologie de chacun de ces auteurs, ces périodes ont toutes des rapports de dominance avec une nouvelle technologie et la relation que le téléspectateur entretient avec la télévision. Il faut les appréhender en termes de logique de distribution. Missika et Ellis traitent pour leur part d'un contexte Européen, respectivement la France et l'Angleterre mais les enjeux sont pratiquement les mêmes. La terminologie de Missika s'inspire d'ailleurs de Umberto Eco dans *La Guerre du faux* (1987), et parle d'un univers dans lequel la télévision passe d'une institution de transfert de savoirs et de connaissances, fortement contrôlée par les pouvoirs en place, à une télévision de plus en plus proche du téléspectateur. Ellis quant à lui, fait référence à la rareté, l'abondance et la surabondance du contenu selon les différentes époques. En ce qui concerne Rogers, Epstein et Reeves, ils se basent sur la structure économique du médium et préfèrent

nommer TVI, TVII et TVIII pour vraiment distinguer les trois phases puisque la diffusion par ondes continues pendant l'implantation du câble et la télévision par câble analogique perdure dans l'ère digitale. C'est ce qu'on peut reprocher à l'appellation de Lotz et Uricchio, une période persiste dans la suivante. Ces phases, peu importe l'appellation, se rattachent à l'interface, aux pratiques de programmation, aux notions d'auditoire, à la disponibilité du contenu et la quantification de l'auditoire. Je vais me pencher plus en détails sur ces périodes afin de clarifier le tout.

Il n'y a pas si longtemps, la télévision américaine était bâtie selon un système *tripolaire* où trois grands réseaux dominaient la production. Un système qui met de l'avant une maximisation des profits et un meilleur contrôle des messages (Uricchio 2009, p. 168). Aux États-Unis, la *Network Era* ou l'ère des grands réseaux était caractérisée par cette hégémonie des réseaux ABC, CBS et NBC. D'abord établis avec la radio, ces derniers s'adressaient à une masse hétérogène (mais surtout la classe moyenne blanche) et ont forgé l'identité américaine d'après-Guerre : «networking recouped the tremendous costs of creating television programming by producing one show, distributing it to audiences nationwide, and selling advertising that would reach that massive national audience» (Lotz 2007, p. 10). La relation financière entre les réseaux et les producteurs change rapidement alors qu'à la fin des années 1950, le commanditaire unique d'une émission particulière est éliminé pour une multitude de publicitaires qui payaient par tranche de trente secondes (encore en place aujourd'hui). Outre toutes ses particularités économiques, cette ère de *broadcasting* a, comme pour la radio des années auparavant, créé les habitudes de visionnement des premiers téléspectateurs. Une expérience uniforme (linéaire) et passive, limitée par les quelques programmes disponibles (*scarcity*

de Ellis) et régulée par les horaires fixes (synchronicité) de ceux-ci. Cependant, les ajustements de l'industrie télévisuelle pendant la *Multi Channel Transition* modifie radicalement ce rôle traditionnel de la consommation.

En effet, au début des années 1980, s'amorce une période de changements graduels avec le nombre de chaînes qui se multiplie grâce à la dérégulation apportée par le câble analogique et le satellite (le gouvernement force les grands diffuseurs à abandonner leur emprise sur certaines facettes de la création des programmes). La création de nouveaux grands réseaux dont FOX en 1986, UPN et The WB en 1995 et de chaînes offrant un contenu spécialisé (CNN-nouvelles; ESPN-sports; MTV-musique) change la dynamique compétitive de l'industrie où on cible de plus en plus un auditoire *niche*. Ce *narrowcasting* est en relation avec l'émergence (et l'accessibilité) de nouvelles technologies. Les foyers américains ne se contentent plus d'un seul poste de télévision et s'approprient graduellement le magnétoscope et la télécommande; « la combinaison de ces facteurs permet au spectateur de prendre plus de contrôle sur le médium» (Uricchio 2009, p. 69). La prolifération de nouvelles chaînes aide également à rendre commune et routinière la répétition de programmes (les rediffusions) (Mittell 2006, p. 31) pour qu'un téléspectateur puisse voir une émission manquée. Avec plus de choix et grâce au zapping, l'option de regarder différentes émissions en même temps est réalisable et il est également possible d'enregistrer ses émissions permettant désormais de déterminer sa propre programmation mais aussi de se créer une librairie de films et d'émissions. Cette impression de contrôle se concrétise surtout avec l'émergence des technologies digitales à la fin du 20^e siècle.

Alors que l'implantation du câble change la technologie, mais aussi la distribution des programmes et de façon limitée, l'expérience des spectateurs, le passage de l'analogique au digital reconfigure davantage l'industrie télévisuelle. Les nouvelles commodités telles que les lecteurs et graveurs numériques (DVD, DVR), les télévisions et récepteurs numériques, la vidéo-sur-demande, IPTV (*Internet Protocol TV*; réseau à haut débit au lieu de fréquences radio/satellite/câble), l'Internet, les téléphones intelligents et les baladeurs numériques offrent à l'auditeur encore plus de possibilités. Au *zapping*, s'ajoute désormais le *browsing* du menu interactif qui accompagne les terminaux numériques. De leur côté, les diffuseurs offrent encore plus de choix et l'auditoire est davantage ciblé selon la programmation offerte (se fragmente en chaînes ultra-thématiques). En perspective, il est clair que les «[c]onvenience technologies have expanded the audience fragmentation and social polarization that choice and control technologies had already enabled by increasing asynchronous viewing» (Lotz 2007, p. 61). Même si bon nombre de téléspectateurs adoptent toujours les anciennes habitudes de visionnement (les plus âgés d'entre nous) il est indéniable qu'il y a de nouveaux comportements des téléspectateurs par rapport à l'expérience télévisuelle. L'activité de regarder la télévision était déjà hétérogène (on la regarde concentré ou inattentif; seul, avec sa famille, des amis ou des inconnus), voilà que de plus en plus, ces derniers établissent leurs propres conditions de visionnement et surtout choisissent le temps de visionnement :

Convenience technologies encourage active selection, rather than passively viewing the linear flow of “whatever comes next” or “is on”, and consequently leads viewers to focus much more on programs than on the network—all of which contribute to eroding conventional production practices in significant ways (*ibid.*, p. 59).

Cette sélection active brise cette «fausse synchronicité» jadis attribué au visionnement d'une émission de télévision et marque un changement dans la logique de la programmation.

1.1.2 Nouveau mode de structuration ou destruction du *flow*?

Comme l'a mentionné Raymond Williams dans son ouvrage fondamental sur les études télévisuelles *Television : Technology and Cultural Form*, la télévision se distingue des autres formes artistique dans la mesure où le médium télévisuel mélange diverses unités de narration, de commerciaux, d'information «into a never-ending *flow* [flux ou flot] of television» (1974, 86). Surtout distinctif de la structure de la programmation pendant la Network-era aux États-Unis, ce flux de programme-à-programme est toutefois parsemé d'interruptions, d'une matière interstitielle, mais qui vise à garder les auditeurs à-leur-poste «tuned-in». Il y a les interruptions parmi la programmation même, c'est-à-dire les segments télévisuels (narratifs, non-narratifs, publicités, informations, prévisualisation de l'émission qui va suivre, etc...), celles occasionnées par le téléspectateur inattentif parce qu'il parle au téléphone, mange un repas, cesse de « regarder la télévision » (*watching television*) pour aller se chercher un verre d'eau à la cuisine, aller à la toilette. Cependant, ces interruptions ne corrompent pas l'expérience de « regarder la télévision », mais l'ont longtemps définie. Rien de plus exemplaire que le *Must-See TV* de NBC, le slogan dans les années 1980 et 1990 pour marquer sa programmation *prime-time* du jeudi soir. Durant la saison 1994-1995 s'enchaînaient une après l'autre, les sitcoms *Mad About You*, *Friends*, *Seinfeld* et finalement le drame médical *ER*. Toutes entrecoupées de micro bandes-annonces racoleuses annonçant la

prochaine émission, c'est de façon homogène qu'un programme «flows into ad, flows into program, flows into station identification, flows into next text » (Gray 2006, p. 73).

Cette notion de *flow* a cependant subi différents raffinements au fil des années afin de mieux saisir l'expérience de « regarder la télévision ». Je ne plongerai pas dans une énumération complète de toutes les micros-théories qui ont découlé du concept original, mais Mimi White dans un article intitulé «Flows and Other Encounters in Television» propose un aperçu des distinctions entre les théories : «Thus flow is reconstructed as segmentation (Ellis), [...], as the viewing strip (Newcomb and Hirsch), and as the associative textual strategies generative of television's intertextuality (Fiske)» (2003, p. 95). Qu'il s'agisse de «segmentation», «viewing strips» ou d'«associative textual strategies» ce qui est important ici est que ces différents concepts cherchent à expliquer la spécificité du médium.

They also have implications for what constitute a television “text”⁴ as a unit of analysis, and for developing the best possible interpretative approach to television. This is the case even as flow is criticized for metaphoric implications of non-differentiation and smooth transition within programs and between programming segments (ibid. p. 97).

Adopter le *flow* comme caractéristique distinctive du médium télévisuel reste à ce jour assez réducteur. John Thornton Caldwell dans son ouvrage *Televisuality : Style, Crisis, and Authority in American Television* propose d'ailleurs que le *flow* ne fait que mettre de l'avant l'aspect monotone, redondant et continu de la programmation télévisuelle au détriment d'une compréhension de la distinction entre le médium et ses programmes. « A great deal of television [...] self-consciously rejects the monotonous

⁴En études télévisuelles anglo-saxonnes, le terme «text» (comme segment télévisuel qui représente quelque chose pour le téléspectateur) a ce caractère polysémique du fait qu'il peut représenter un programme individuel, une publicité, un bulletin de nouvelles ou une soirée entière de visionnement.

implications of the flow » (1995, p. 19). Par exemple, une émission comme *The Simpsons* qui encourage une lecture subversive avec son lot de références intertextuelles, s'oppose en quelques sortes au flux homogène de la programmation qu'on attribue souvent à une logique commerciale: «[...] but as savvy parody, *The Simpsons* is able to work with the chaotic phenomenology of the televisual text so as to swim against the current, offering as it does a counter-logic that is deeply suspicious toward and critical of commercialism» (Gray 2006, p. 79). En effet, de plus en plus de programmes sont denses en références intertextuelles-intermédiatiques (hyper-intertextualité) et à cela s'ajoutent les nouvelles technologies disponibles aux téléspectateurs modifiant l'acte, autrefois «passif», de visionnement.

Je l'ai mentionné, les trente années du Network era sont caractérisées par sa diffusion par ondes, régie par la publicité et les programmeurs pour un public de masse. Ces spécificités « sont devenues notre manière par défaut de conceptualiser le médium » (Uricchio 2009, p. 176). Mais en cette ère Post-Network, est-ce toujours le cas? Williams se penchait sur le flux planifié d'une station particulière, basé sur des décisions des producteurs, des programmeurs. Bien-sûr, il écrit sur le sujet avant l'ère digitale, avant même l'établissement de la télécommande. Les transformations et le dynamisme qui caractérisent actuellement le médium ont libéré les téléspectateurs de cette programmation linéaire. Avec des émissions de plus en plus dispersées dans la grille horaire, l'accumulation des nouvelles chaînes spécialisées, enregistreurs numériques et autres pratiques mentionnées précédemment, le téléspectateur s'accapare du flot télévisuel, du moins ce dernier se retrouve à être géré par l'« usager ». Enfin, notre engagement pour différents «textes» télévisuels a certainement changé. Regarder

distraitement la télévision (zapping, lire ses courriels sur un ordinateur portable, etc.) est encore commun pour bon nombre de téléspectateurs qui regardent la télévision «normale», mais nous le verrons avec les nouvelles sitcoms, le téléspectateur devant son téléviseur (ou autre «moniteur») doit être de plus en plus attentif afin de saisir le texte dans toute sa complexité. Parallèlement, le téléspectateur a le choix d'être distrait ou d'être engagé profondément, c'est-à-dire qu'avec les nouvelles possibilités qui s'offrent à lui, il peut interrompre son visionnement et y revenir quand bon lui semble.

Au-delà du flux mentionné plus haut, il est maintenant question de *televisual overflow* (débordement télévisuel) du fait que la production et la consommation d'un texte télévisuel se poursuit dans les « ads, previews, reviews, interviews, merchandise, spinoffs, fan magazines, websites, talk, media conversations such as books, of films, and so forth » (Will Brooker cité dans Gray 2006, p. 78). Plusieurs ont accès à cet *overflow* mais ne l'utilisent pas. La télévision n'étant plus limitée au moniteur télévisé, l'*expansion* (DVD, TiVo, iPod, PSP, Youtube,...) et le *débordement* caractérisent plusieurs nouvelles émissions qui profitent des plateformes-croisées et de participation. Cet aspect sera évoqué à la fin du texte lorsqu'il sera question de culture participatoire (*fandom*).

1.2 Un médium en constante mutation

Le contrôle de l'expérience télévisuelle, soutenu par les nouvelles technologies, provoque une rupture par rapport aux normes de simultanéité de l'expérience télévisuelle. La programmation n'est plus éphémère (les rediffusions laissent leur place à des sites comme Youtube et les coffrets DVD), il y a ce «glissement de la contrainte à l'abondance» (Uricchio 2009, p. 173). Je le répète, il est possible de regarder une

émission de télévision sur notre ordinateur (téléchargement ou en *streaming*), sur un iPod ou un autre type d'écran. Ce foisonnement d'écrans et ce qu'ils *transmettent*, c'est-à-dire des images (et du son), compromet l'ubiquité d'un contenu spécifique puisque de moins en moins de téléspectateurs partagent les mêmes programmes et pareillement, de moins en moins de téléspectateurs partagent ces programmes de façon simultanée (Lotz 2007, p. 35). Cependant, comme le mentionnent Uricchio et Lotz, les concepts de médium devraient-ils dépendre d'un écran particulier, du câblage, des réseaux nécessaires? Si tel est le cas, la spécificité du médium télévisuel déjà ambivalente, s'avère complexe et transitoire. Ceci laisse cependant sous entendre différentes stratégies définitionnelles en ce qui concerne la télévision :

[on peut] décrire la télévision comme une forme particulière de pratique de visionnement (une «vision à distance»⁵), comme une logique de distribution audio-visuelle (par ondes, câble ou réseau), ou comme mobilisant des notions de connectivité (entre individus, communautés, nations, voire au-delà) (Uricchio 2009, p. 162).

Bien que cette relation dynamique entre le médium et la technologie témoigne de l'hétérogénéité du médium, il ne faut pas non plus ignorer les relations culturelles et sociales complexes qui entourent la télévision et que d'une génération à l'autre, d'un groupe d'utilisateur à l'autre l'expérience télévisuelle est différente.

⁵ Voir Samuel Weber qui définit le terme "seeing at a distance" comme un certain type de vision : « what one looks at in watching television is not first and foremost images. As the name of the medium says very precisely, one looks at *a certain kind of vision*. And the vision is taking place not simply on the screen but simultaneously—or rather, quasi-simultaneously, since there is always a time lag—somewhere *else* » (1996, p.118).

1.3 Téléspectateur, consommateur, archiviste?

Dans les études télévisuelles « people have long been examined [...] as “spectators”, “viewers”, and “audiences”, but much less so as “users”, “consumers” and “collectors” » (Kompere 2005, p. 214). Nous sommes dans une période où la télévision se « consomme » en plus d’être « regardée » puisque l’achat de séries télévisées est désormais pratique courante pour bon nombre d’individus. Le téléspectateur-consommateur est aussi archiviste en herbe du fait qu’il peut conserver ses émissions ou segments télévisés sur différents supports. Aux coffrets DVD ou Blu-Ray, s’ajoutent les disques durs (TiVo et stockage de matériel téléchargé sur les sites de partage de données) ou la possibilité de mettre en ligne différents extraits pour consultation immédiate ou quand bon lui semble (Youtube, Dailymotion, Vimeo, etc.). On n’inscrit plus ses « émissions à l’intérieur d’une structure temporelle rigide avec une périodicité et des scansionnements bien définies » (Casetti et Odin 1990, p.10). Par exemple, certains préfèrent attendre que la saison complète d’une série télévisée soit disponible en DVD avant de la visionner. Tel était le cas, en ce qui me concerne, pour la sitcom *How I Met Your Mother* (CBS, 2005-). Alors que la quatrième saison était toujours en cours, suivant son rythme hebdomadaire sur le réseau CBS, j’ai préféré attendre la sortie du coffret DVD quelques mois plus tard afin de visionner les vingt-quatre épisodes en rafale comme je l’ai fait auparavant avec les trois premières saisons. J’ai connu le même type d’expérience de visionnement avec la série policière *The Wire* alors que j’ai dévoré les soixante épisodes en une semaine (originellement étalés sur cinq saisons et diffusés sur HBO entre 2002 et 2008). Ma fascination pour le dénouement de chacune des saisons pouvait être satisfaite grâce au contrôle offert par les DVD, ce qui n’est pas possible avec

la diffusion hebdomadaire (Jenkins 1992, p. 72). Comme le mentionne Derek Kompare dans son ouvrage sur les rediffusions (*reruns*) et la répétition télévisuelle, « DVD box sets provide the content of television without the ‘noise’ and limitations of the institution of television; ‘television’ removed from television » (2005, p. 214). Sans *bruits*, c’est-à-dire pas d’attente entre deux épisodes, sans commerciaux ou jusqu’à la possibilité d’avancer le générique du début (dans des séries comme *The Wire* et *The Sopranos*, ils sont plus d’une minute et demi). La consommation d’une série se fait sans les contraintes habituelles, un visionnement «compressé» plutôt que dicté par l’horaire traditionnel.

Ce type de visionnement va de pair avec la programmation sérielle. Ceci s’applique autant pour les séries dramatiques qu’aux nouvelles sitcoms qui mélangent une narration à épisodes fermés qui a longtemps caractérisé le genre, avec une trame sérielle. Bien évidemment, les créateurs de ces séries sont maintenant parfaitement conscients de ces nouvelles pratiques de visionnement et en profitent pour créer des séries avec une narrativité de plus en plus complexe (pensons à *Lost*, *The Wire* et *Arrested Development*). Mais le visionnement compressé permet aux téléspectateurs de se souvenir de détails importants. Détails qui finalement passent inaperçus lors d’un visionnement *classique*. La mémoire de l’auditoire, il en sera question dans le chapitre sur *Arrested Development*, devient un outil, une source d’inspiration pour plusieurs créateurs qui, comme dans les séries humoristiques par exemples, permettent l’abondance de running gag et autres clins d’œil. Sans toutefois représenter la majorité ou ce qui est le plus populaire, la télévision américaine des dernières années innove et se complexifie au niveau narratif. Une période où de plus en plus d’expérimentations sont tentées, minant les conventions épisodiques et sérielles (nous le verrons particulièrement avec les nouveaux types de sitcoms) entraînant

aussi une gamme d'interventions de la part des spectateurs (Mittell 2006, p. 30). Du coup, une émission qui s'attire un certain type d'auditoire (les adolescent(e)s par exemples) ou qui encourage une allégeance de la part d'admirateurs (en anglais on utilise l'expression «cultlike dedication») incite certaines chaînes à créer des émissions plus audacieuses qui sont «designed to reward sustained viewing and involvement, through the creation of distinctive visual styles, serial character and storyline development, and generic hybridity» (Bignell 2007, p. 160). Récompenser les téléspectateurs avec un contenu qui se démarque est de plus en plus commun :

Certainly, shifts in the television industry have helped reinforce strategies of complexity. Traditional industry logic dictated that audiences lacked the weekly consistency to allow for serialized narratives, and the pressures of syndication favored interchangeable episodes of conventional sitcoms and procedural dramas. But as the number of channels has grown and the size of the audience for any single program has shrunk, networks and channels have grown to recognize that a consistent cult following of a small but dedicated audience can suffice to make a show economically viable (Mittell 2006, p. 31)

D'ailleurs, on peut dire que la télévision demeure un médium massivement consommé, mais avec l'éclatement des choix disponibles, l'énorme variété de contenus, les concepteurs de séries télévisées ne pensent plus en terme d'auditoire de masse, mais en « *niche* » ou public cible. Plusieurs nouvelles émissions télé n'obtiendront plus un auditoire massif comme c'était le cas auparavant alors que les trois grands réseaux dominaient. À titre d'exemple, d'après *The Complete Directory to Prime Time Network and Cable TV Shows, 1946-Present*, aux États-Unis pendant la Network era, une sitcom très populaire comme *The Cosby Show* attirait en 1985-1986 environ 34,9 millions de téléspectateurs chaque semaine au réseau NBC. Vingt ans plus tard, en 2005-2006, la

sitcom la plus regardée est *Two and a Half Man* avec 9,7 millions d'auditeurs sur CBS (Brooks et Marsh 2007, p. 1679 à 1698). Bien qu'ils subsistent toujours, ABC, CBS et NBC endurent depuis maintenant plusieurs années des baisses relativement aux parts de marché. Cette fragmentation des spectateurs télé amène tranquillement l'écroulement du monopole des grands réseaux de télévision et par surcroît « the erosion of television's regular operation as a mass medium » (Lotz 2007, p.35).

1.4 Vers un excès visuel et esthétique

L'ère Post-Network renvoie particulièrement aux changements dans la structure institutionnelle et des pratiques industrielles de la télévision. Ces ajustements ne peuvent cependant pas faire abstraction du contenu créatif, les émissions de télévision, publicités et autres productions. Après tout, c'est ce que nous regardons. Par rapport au cinéma Stanley Cavell se demande comment les films se remettent en question : à travers l'idée d'auto-référence (1999, p. 168). La réponse qu'il donne est aussi applicable à la télévision qui, depuis la *Multi Channel Transition*, reconfigure ses critères esthétiques.

En fait, comme le mentionne John T. Caldwell, l'historique de la télévision n'est pas seulement contextuel, technologique, il est aussi visuel et esthétique. C'est dans cette optique qu'il introduit le concept de «televisuality» qui propose de décrire «an important historical moment in television's presentational manner, one defined by excessive stylization and visual exhibitionism » (1995, p. 352). Plus précisément :

Starting in the 1980s, American mass-market television underwent an uneven *shift* in the conceptual and ideological paradigms that governed its look and presentational demeanor. In several important programming and institutional areas, television moved from a framework that approached

broadcasting primarily as a form of *word-based rhetoric and transmission*, [...] to a *visually based mythology*, framework, and aesthetic based on an *extreme self-consciousness of style* (*ibid.*, p. 4, je souligne).

Bien que Caldwell parle d'un changement de paradigme dans les années '80, correspondant à l'industrie qui passe du *Network era* à la *Multi Channel Transition*, nous verrons que cette reconfiguration (*shift*) est à nouveau pertinente lorsqu'il est question du passage entre la *Multi Channel Transition* au *Post Network era*. Il en sera question dans les prochains chapitres avec la sitcom qui change de forme en embrouillant les genres à l'aube du 21^e siècle. Caldwell ne s'attarde pas aux sitcoms afin de conceptualiser sa *televisuality*, ces dernières encore «résistantes» aux changements (son ouvrage est publié en 1995), mais entre autres à des séries policières comme *Hill Street Blues* (NBC, 1981-1987) et *Miami Vice* (NBC, 1984-1989) qui détonnent par rapport aux autres émissions qui leur sont contemporaines, entre autres des sitcoms traditionnelles et de populaires soap operas comme *Dallas* (CBS, 1978-1991). Cette emphase stylistique ne peut être expliquée que du point de vue esthétique. Ce qu'il faut noter est que cette emphase stylistique émerge de mutations et tendances liées entre elles. Parallèlement à l'évolution du médium télévisuel, les changements sont rattachés aux conditions économiques, technologiques (mode de production, pratique de programmation) et sont en fonction de l'auditoire (ses attentes)⁶.

⁶ Caldwell sépare son approche selon six principes : 1-Stylizing performance; 2-Structural inversion; 3-Industrial product; 4-Programming phenomenon; 5-Function of audience; 6-Product of economic crisis (1995, p. 5-11).

Chapitre 2 : Sitcom ou non? La comédie et la télévision

« La télévision était un robinet à images destinées à un public « passif »; le spectacle de réalité l'aurait transformée en une technique de médiation s'adressant à un spectateur « actif » »

-Alain Ehrenberg 1995, p.207

2.1 Sitcom 1.0 : Racine et filiation

Dans cette section je n'ai pas l'intention de présenter un historique exhaustif de la comédie de situation américaine⁷, mais à tout le moins d'offrir un aperçu des caractéristiques et des motivations qui la définissent. Comme je l'ai mentionné plus tôt à propos du médium télévisuel mais cette fois en ce qui concerne la sitcom, comprendre ce qui est nouveau à propos de celle-ci demande une compréhension de son passé et de son présent. Aussi, si on parle de la sitcom, il faut parler de son atout principal : l'humour. Aspect souvent délaissé lorsqu'il est question des études télévisuelles. *Sitcom*, terme longtemps marginalisé, sa connotation péjorative vient du fait qu'il est associé « with its most pervasive and obviously conventionalized type, the domestic or family sit-com » (Neale et Krutnik 1990, p.236). Négligés donc, puisque celles-ci, nous le verrons, devaient considérer le « prissiest common denominator » (Marc 1997, p. 37), les obligations d'une famille attachante façonnée par les grands réseaux américains. Les sitcoms familiales et domestiques ont peuplé les plages horaires pendant plusieurs décennies et d'années en années elles ont réussi à faire rire les téléspectateurs, mais nous le verrons dans le chapitre suivant, elles tendent à disparaître de nos jours.

⁷ D'autres l'on fait de façon rigoureuse, voir entre autres Cyrille Rollet, David Marc et V. Tueth.

Au début des années '50, même si les réseaux télévisuels et radiophoniques appartiennent aux mêmes compagnies, une rivalité s'opère entre les sitcoms créées pour ces deux médias.

Si le nouveau média est attractif, la radio bénéficie d'un avantage de taille. Présente depuis une vingtaine d'années, elle a forgé la pratique de consommation fictionnelle de ses auditeurs (ce n'est pas un hasard si la télévision adapte ses programmes). Le nouveau média télévisuel s'appuie sur la tradition plastique constituée par les comics, les illustrations et le cinéma. Ces formes sont connues donc séduisantes (Rollet 2006, p. 181).

Nouveau, séduisant, certes, c'est pour cette raison qu'à cette même époque, alors que la télévision commence à supplanter la radio comme médium domestique, des itérations d'émissions comiques de variété radiophoniques voient le jour au petit écran. Le nouveau médium s'approvisionne de stars comiques de la radio ou de Broadway et l'ambition des grands réseaux américains est de transposer du théâtre, du vaudeville, du music hall à la télévision. Des noms comme Milton Berle (*Texaco Star Theater—The Buick-Berle Show—Milton Berle Show*), Sid Caesar (*Your Show of Shows—Caesar's Hour—Sid Caesar Invites You*), Jackie Gleason (*The Jackie Gleason Show*), Jack Benny (*The Jack Benny Show*) et Red Skelton (*The Red Skelton Show*) deviennent les nouvelles coqueluches des foyers américains. Cependant l'histoire des émissions de variétés « most vividly illustrates the accommodation of television comedy to the domestic ethos » (Tueth 2008, p.19)⁸. En effet, alors que la programmation des grands réseaux s'élargit au niveau national, le public s'étend des grandes villes de la côte Est aux banlieues et petites villes aux mœurs conservatrices du *Middle America*. Par conséquent, l'humour gras (comme Red Skelton et ses personnages ivres) et les costumes osés (par exemple, Milton

⁸ Pour un bref historique à propos de l'ascension et du déclin des *comedy-variety shows*, voir Michael V. Tueth p.19-52.

Berle habillé en femme) présents dans les boîtes de nuit, le vaudeville et le burlesque ne conviennent plus pour le foyer américain. Le public aime davantage l'humour qui se déroule dans des endroits familiers comme la maison ou un lieu de travail avec des situations crédibles au détriment d'une représentation que propose une *night on the town* :

[...] a return to a stable, divorce-free, two-parent household in which father ventures out into the world to hunt for a paycheck while mother stays at home [...]. Drugless and anti-erotic [...], this suburb of dreams is devoid of dangerous strangers, public transportation, economic fluctuation and other anxiety-producing phenomena associated with the urban world (Marc 1997, p. 43).

Des familles modèles comme les Anderson (*Father Knows Best* CBS/NBC, 1954-1960) et les Cleaver (*Leave It to Beaver*, CBS/ABC, 1957-1963) qui représentent la vie idyllique de la banlieue sont désormais plus attrayantes que les excentricités, la spontanéité et l'unicité des émissions comiques de variété à une période où l'industrie télévisuelle américaine cherche à rationaliser ses produits. Moins dispendieuses à produire que les festivités endiablées, elles remplacent progressivement les émissions comiques de variété. D'ailleurs, au milieu des années 1960, alors que les sitcoms commencent à dominer la programmation horaire des réseaux et du même coup les cotes d'écoute, « “TV vaudeville” had already become more nostalgic than dynamic (Marc 1997, p.100). Une fois établies comme la forme dominante de la comédie narrative télévisuelle, les sitcoms domestiques ou familiales (David Marc les nomme *domesticoms*) et plus tard, les sitcoms en milieu de travail (*workplace sitcoms*), constitueront des sous-genres de la comédie américaine des années '50 jusqu'à la fin des années '80. Toutes les nommer nécessiterait une très longue liste mais voici, en plus des deux titres mentionnés ci-haut, certaines sitcoms marquantes au fil des années: *I Love Lucy* (CBS, 1951-1957),

The Andy Griffith Show (CBS, 1960-1968), *The Dick Van Dyke Show* (CBS, 1961-1966), *Bewitched* (ABC, 1964-1970), *The Brady Bunch* (ABC, 1969-1974), *The Mary Tyler Moore Show* (CBS, 1970-1977), *All in the Family*⁹ (CBS, 1971-1979), *M*A*S*H* (CBS, 1972-1983), *Happy Days* (ABC, 1974-1984), *Three's Company* (ABC, 1977-1984), *Family Ties* (NBC, 1982-1989), *Cheers* (NBC, 1982-1993) *The Cosby Show* (NBC, 1984-1992), *Who's the Boss?* (ABC, 1984-1992), *Growing Pains* (ABC, 1985-1992), *Full House* (ABC, 1987-1995), *Married... with Children* (FOX, 1987-1997), *Roseanne* (ABC, 1988-1997), *Family Matters* (ABC/CBS, 1989-1998), *Seinfeld* (NBC, 1989-1998), *The Fresh Prince of Bel Air* (NBC, 1990-1996), *Home Improvement* (ABC, 1991-1999), *Frasier* (NBC, 1993-2004), *Friends* (NBC, 1994-2004).

La sitcom demeure néanmoins la pierre angulaire des émissions comiques pendant le règne des grands réseaux, lors du *prime time television*, on s'entend à dire (Neale et Krutnik 1990; Caldwell 1995; Mills 2004; Butsch 2005; Gray 2006; Butler 2010) que le genre a peu évolué pendant les cinquante premières années de son existence, la télévision nous a donc longtemps accoutumé aux conventions rigides du genre : « tonalité comique dominante, personnages réapparaissants et clôture narrative de chaque épisode particulier » (Rollet 2006, p.162). Qu'il s'agisse d'une contrainte temporelle (courte série narrative, la sitcom de l'ère des grands réseaux est généralement d'une durée qui varie entre vingt-deux et vingt-quatre minutes, donc laisse peu de place au développement et à la diversification) ou du désir de maintenir au minimum les variations pour que le

⁹ Cette sitcom, produite et écrite par Norman Lear, marque toutefois un bouleversement au niveau de la tradition discursive en mettant à jour la *représentation* de la vie à l'Américaine. Loin du portrait chaleureux, optimiste et utopique du foyer américain, on met en scène Archie Bunker (Carroll O'Connor), un ouvrier grossier, impatient et antipathique, tout en y abordant les problèmes économiques, le racisme et les conflits générationnels. Suivront des années plus tard, les sitcoms *Married... With Children*, *Roseanne* et... *The Simpsons* avec des familles non-traditionnelles.

télespectateur s'acclimate (*acclimatized*) (Gray 2006, p.50) et apprécie l'émission d'un épisode à l'autre, la nature stable des sitcoms est « one of its most established generic aspect » (Mills 2004, p.63).

En observant les comédies de situation, structurellement et techniquement, peu de choses ont changé. Depuis *I Love Lucy*, les décors fixes, mise en scène latérale (*side-to-side blocking*) et l'éclairage *high-key* sont acquis ainsi que la mise en place en studio de trois caméras qui permet de capter les conversations entre les personnages avec un plan moyen filmant ceux-ci et deux plans rapprochés saisissant leurs réactions. Techniques et procédés efficaces économiquement (dans des décors réutilisables pour la durée de la saison) et ancrées dans le langage télévisuel, mais ces plans de réactions sont aussi essentiels à l'univers comique de la sitcom, à son *timing*. Surtout en ce qui a trait à la performance des comédiens. Par exemple dans l'épisode «The Little Kicks» de *Seinfeld* (Saison 8-Épisode 4) Elaine (Julia Louis-Dreyfus) horrifie ses collègues de travail alors qu'elle se met à danser lors d'une fête de bureau. Filmée en plan large, l'incongruité des gestes d'Elaine (les pouces en l'air, grimaçante et donnant des petits coups de pieds saccadés) est certes cocasse, mais c'est avec le plan de réaction de son ami George (Jason Alexander) qui s'exclame avec consternation «Sweet, fancy Moses!» que culmine le moment comique de cette scène. Cette locution sera répétée plus tard dans l'épisode par Jerry (Jerry Seinfeld) lorsqu'il voit la danse d'Elaine sur une vidéo. Tout comme le public en studio, le téléspectateur ne peut s'empêcher de s'esclaffer.

Justement, il est important de le mentionner puisque appartenant au style télévisuel de la sitcom, est un type de tournage qui rappelle bien sûr la performance devant un public. En fait, les sitcoms mentionnées ci-haut sont pour la plupart filmées devant public

ou utilisent le rire en boîte (*laugh track* ou *audience track*) rattachant ce genre à des origines du music hall, du vaudeville, mais aussi de la radio où la présence d'un public dans les studios d'enregistrement était commune. Les rires, ainsi que les applaudissements, les sifflements et les soupirs du public «rappellent aux téléspectateurs la réalité du fait représentationnel et spectaculaire inhérent» à la sitcom (Rollet 2006, p. 183). Une artificialité qui témoigne de la « transparence » de ce genre télévisuel (John Hartley cité dans Mills 2004, p. 67). La sitcom construit une position unifiée de l'auditoire (Mills 2008, p. 61), une *présence immédiate* qui se manifeste par le rire du public en studio, du téléspectateur dans son salon et des millions d'autres qui regardent simultanément l'émission. Même si le téléspectateur sait que l'émission a été enregistrée plusieurs semaines ou mois auparavant « its presentational mode is one of contemporaneity: this comedy is going on *now, live*, as you can tell by the audience's response that you are hearing *in the present* » (Butler 2010, p. 194).). Les rires en boîte ont aussi une fonction cognitive puisque la «présence» d'autres personnes

may genuinely enhance our enjoyment, or we may outwardly appear to enjoy it more due to peer pressure to conform; if we are in a room full of people laughing uproariously at some TV show, it is hard to avoid at least a few smiles, even if we are not at all amused (Harris 2004, p. 45).

Avec la mise en scène à trois caméras et les rires en studios ou en boîte entendus par le téléspectateur, tout est en place pour que les gags fonctionnent, nous signalant le moment où un personnage ou une situation est comique. La sitcom montre ainsi clairement ses intentions de faire rire, mais dévoile du même coup certaines limites :

The laughter track utterly undermines any verisimilitude which sitcom may attempt, because it acknowledges the (theatrical) audience. This is not to suggest that other fictional genres are not constructed in the name of the

audience's pleasure; rather it is to say that sitcom happily and openly admits that this is its primary purpose, and thus acknowledges, within the text, the audience for whom the jokes are performed (Mills 2008, p. 61).

Cette conception impose aussi des restrictions au niveau du style visuel de la comédie de situation qui, comme mentionné précédemment, ne donne accès qu'à quelques angles de caméra et ainsi maintient ce quatrième mur afin d'accommoder l'équipe de tournage et les spectateurs en studio. John T. Caldwell parle du degré zéro du tournage pour la télévision ou « zero-degree studio style » (1995, p. 55-67) par rapport à cette conception des sitcoms depuis la fin des années '60 jusqu'au début des années '90 :

There were no flourishes, canted cameras angles, videographic ecstasies, or even bracketed montages. The sets were just that: Spaces where quality actors could perform live. [...] Cinematic and videographic influences took a back seat as television entered an ascetic period [...] . (*ibid.*, p. 56)

Cette façon de procéder convient bien évidemment aux pratiques de production de masse qu'exigent les producteurs d'émissions pour le *prime time*. Jonathan Gray lie cette standardisation à ces producteurs qui ont une emprise sur les genres et sur le fait que la production télévisuelle fonctionne selon des indices définis d'avance. On peut prétendre à une peur de l'innovation de la part des diffuseurs mais c'est aussi une manière de mettre un frein à une infinie originalité de la programmation pour ne pas déstabiliser les téléspectateurs qui reviennent chaque semaine :

[...] by hemming in a genre, [the producers] can attempt to limit an audience's possible reactions through partially setting the context for viewing. If producers control their textual output to limit the dynamism of genres, as hard as the task may be, they can then measure their audience's expectations with more confidence (and a producer's confidence in measurement is an advertiser's confidence in doing business) (Gray 2006, p. 46).

Alors que la plupart des séries dramatiques et d'action peuvent facilement se confondre (par exemple : *One Tree Hill* et *The O.C.*; *Alias* et *Dark Angel*,...) et se conforment à une certaine formule, les innovations ou mutations les plus marquantes, du moins où il y a un changement radical dans le mode de production, sont dans les *sitcoms*. Il est à souligner que depuis le début des années 1990, surtout avec une émission comme *The Simpsons* (FOX, 1989—), la parodie et la subversion des conventions du genre sitcom sont au rendez-vous. En fait, le dessin animé *The Simpsons*, libéré de toutes contraintes de mise en scène, «has parodically attacked seemingly all major televisual and cinematic genres, from cop shows to talk shows, kids' television to art house [...] these parodic outings have been mounted from within the overarching framework of a sitcom parody.» (Gray 2006, p. 49). Ainsi, par la parodie, la transparence mentionnée plus haut, tend de plus en plus vers une opacité, c'est-à-dire que « we no longer look through the form [...], rather we look at the *form itself* » (Thomas Schatz dans *ibid.*, p. 47). Peut-être qu'au niveau de la mise en scène les sitcoms traditionnelles ont des modes de productions standards et rigides, mais on ne peut contester le fait que cette formule fonctionne et a connu du succès¹⁰. Viables au niveau commercial, les sitcoms traditionnelles américaines et anglaises peuvent être vendues à l'étranger. On vend ce format spécifique au médium télévisuel.

Comme le mentionne Rollet les «genres télévisuels sont toujours les mêmes, mais ils sont souvent détournés de leur esprit originel» (2006, p.202). Cela ne peut être plus vrai alors qu'à l'aube du 21^e siècle nous avons vu apparaître aux États-Unis un nouveau

¹⁰ Dans son ouvrage *Blockbuster TV : Must-See Sitcoms in the Network Era* Janet Staiger souligne qu'entre les saisons télévisées 1984-5 et 1994-5, 70 des 102 émissions du top dix (selon l'échelle de Nielsen—système de mesure d'auditoire) étaient des sitcoms (2000, p. 26).

type de sitcom. Laissant de côté ces modes de productions standards et rigides, il y a des séries diffusées sur la chaîne HBO *The Larry Sanders Show* (1992-1998) et *Curb Your Enthusiasm* (2000–) qui se démarquent de ce qui s'est fait auparavant sur les grandes chaînes américaines. Une caméra mobile filme les personnages se déplaçant dans un environnement réel, d'un espace à l'autre plutôt qu'en studio, de gauche à droite (latéralement comme sur les planches théâtrales). Les événements sont souvent filmés en plan-séquence de manière à s'accommoder au style improvisé de ces séries. Du coup, un changement radical s'opère au niveau de la mise en scène puisque «both the director and the camera are reacting to events, rather than anticipating them» (Williamson 2008, p. 115). Un *nouveau* type d'humour, moins basé sur l'accumulation de gag et le *timing* de ces derniers est mis de l'avant. Au lieu des gags minutieusement construits, c'est un humour davantage basé sur l'observation¹¹ d'un moment comique (*observational humor*). Ainsi, les deux séries mentionnées ci-haut peuvent-elles vraiment être caractérisées de sitcoms ou s'agit-il d'un nouveau type de comédie télévisuelle? Le style des comédies de situations traditionnelles est tellement ancré dans notre imaginaire quotidien que toute déviation peut nous porter à croire que ce n'est tout simplement pas une sitcom. Il est donc approprié de voir où se situent ces nouvelles séries dans le paysage télévisuel contemporain.

¹¹ John Corner définit le « mode of observation » par « the business of onlooking and overhearing » (1996, p. 33)

2.2 L'effet HBO (Home Box Office¹²)

Dans l'épisode « The Shrimp Incident » (Saison 2-Épisode 4) de la série télé américaine *Curb Your Enthusiasm*, Larry David, le créateur, l'écrivain et l'interprète principal de la série (qui joue son propre rôle—créateur et scénariste de la révolue comédie de situation *Seinfeld*—et met en scène les tribulations quotidiennes de ce dernier), parle d'un des fameux slogans de cette chaîne spécialisée américaine : *It's not TV... It's HBO*. Au restaurant avec son épouse Cheryl (Cheryl Hines), il réfléchit à haute voix à propos d'une réunion qu'il a eue plus tôt avec un cadre de HBO afin de discuter d'un projet pilote. Larry, toujours prompt à donner son opinion sur tout, témoigne de son incompréhension :

Larry: “*It's not TV*”? It's TV. Why do they think people watch it?
You watch it on TV, don't you? You don't go to the movies to see it.

Ici Larry David se moque de ses patrons, mais ce qu'il faudrait entendre par « *It's not TV* » concerne la programmation originale de HBO. Cette chaîne spécialisée ne change pas nécessairement *la télévision*, mais représente plutôt l'institution télévisuelle qui est en constante évolution.

Depuis qu'elle a vu le jour en 1972, la chaîne de télévision HBO a toujours tenté de redéfinir la télévision telle qu'on la connaît. D'abord connue pour la représentation de galas de boxe, de spectacles d'humoristes (*stand-up comedy specials* avec entre autres George Carlin, Steve Martin et Richard Pryor) et de documentaires, cette chaîne à péage connaît son apogée à la fin des années 1990 et début des années 2000 avec des séries

¹² Depuis le début des années 1990, HBO fait maintenant partie de l'empire média Time Warner. En fait, HBO est un empire en lui-même. En plus d'opérer les réseaux HBO et Cinemax, HBO contrôle aussi HBO Films, HBO Pictures et HBO NYC Productions (voir Leverette et Ott 2008, p. 2-7.)

marquantes comme *Carnivàle*, *Curb Your Enthusiasm*, *Deadwood*, *Entourage*, *Extras*, *Oz*, *Rome*, *Sex and the City*, *Six Feet Under*, *The Sopranos* et *The Wire*. HBO s'est toujours positionnée comme une alternative face à l'offre des grands réseaux et a représenté, jusqu'à l'émergence des autres chaînes spécialisées du même genre (*Showtime*, *FX*, *AMC* pour ne nommer que celles-là), l'endroit par excellence où l'on retrouvait «de la télévision de qualité». Ce souci de qualité dérive entre autres du fait que les producteurs et créateurs misent sur la rareté pour améliorer la productivité du talent créateur : « It thereby avoids the classic capitalist problem of overproduction by recycling rather than exhausting its ressources » (Miller 2008, p. x). Produire moins de séries avec des saisons plus courtes (environ douze épisodes au lieu de vingt-quatre) permet d'augmenter considérablement la valeur de production. Ceci a tout de même un prix (\$\$\$) puisque souvent tournées en pellicule, à l'extérieur des studios, avec des mouvements de caméra plus complexes et des plans séquence (à titre d'exemple, voir *The Sopranos* (1999-2007) créée par David Chase), on se rapproche davantage des tournages cinématographiques que de la production télévisuelle standard confinée à l'intérieur des studios. Désormais, en observant ces séries, on ne parle plus du degré zéro des tournages studio mentionné plus haut, mais d'un « cinematic air of distinction »¹³. Tant au niveau du style visuel que de l'écriture.

D'ailleurs, au niveau des histoires racontées, on s'éloigne des conventions avec «an interplay between the demands of episodic and serial storytelling» (Mittell 2006, p. 33) pour une plus grande complexité narrative. On oscille donc entre des arcs narratifs de

¹³ John T. Caldwell, bien avant la production de ces séries, fait référence à l'allure filmique de productions pour la télévision : «spectacle, high production values, and feature-style cinematography», en analysant la série *Miami Vice* (1995, p. 12).

plusieurs épisodes et des épisodes autonomes. Par rapport à ce souci de qualité, Janet McCabe et Kim Akass, directrices de l'ouvrage collectif *Quality TV*, parlent de *produit télévisuel original*, «that places emphasis on smart writing, compelling stories told in an innovative way, high production values and a unique creative vision behind each project» (2007, p.69). Dans les nouvelles séries télévisées, une vision d'auteur est ainsi palpable et mise de l'avant par les distributeurs. Pendant la Network era, les productions télévisuelles se cachaient derrière les chaînes qui les diffusaient. La télévision a ainsi longtemps été une télévision de producteurs. De médium anonyme (comme le mentionne Horace Newcomb), de plus en plus d'émissions de télévision sont marquées d'une identité propre:

The post-network era highly values the creating, writing and executive producing of television shows, assigning authorship to the individuals who fulfill the functions [...] because their names proved more attractive to demographically desirable audiences. (Pearson 2007, p. 241)

D'emblée, chez HBO, il est primordial de s'éloigner des standards de production générique qu'on associe aux grands réseaux et avec la compétitivité de l'ère *post-network* il semble que la contre-programmation, la diversité soit la solution. Bien évidemment, ces modes de production sont contagieux. Ce n'est pas seulement la technologie qui change, mais la façon dont les studios financent, conçoivent et distribuent leurs émissions. Les grands réseaux américains du *post-network era* (ABC, NBC, CBS, FOX) cherchent à séduire le public courant (*mainstream*) en utilisant la *formule HBO* en termes de contenu et de style. De cette nouvelle latitude, naissent des séries télé comme *Desperate Housewives*, *Lost* (ABC); *CSI : Crime Scene Investigation* (CBS); *The Office* (version américaine), *My Name is Earl*, *30 Rock*, *Parks and Recreation* (NBC); *24*, *Arrested*

Development (FOX)¹⁴ qui défient les conventions habituelles par leurs techniques de production inusitées. C'est cependant les nouvelles productions qui questionnent le genre de la sitcom qui m'intéresseront pour le reste de ce texte.

2.3 *Sitcom* version 2.0 : Observation d'un moment comique

Comme il a été mentionné plus haut dans la section *Sitcom 1.0 : Racine et filiation*, au niveau du formel et du contenu, la comédie de situation est restée relativement stable pendant des décennies. En observant de récentes séries comiques comme *Arrested Development*, *Curb Your Enthusiasm* ou *The Office* qui à première vue, ont l'aspect visuel s'approchant d'un documentaire, une conscience de l'artifice et une cadence atypique de la sitcom traditionnelle, on doit désormais réévaluer les conceptions établies au sujet des comédies de situation. C'est en observant le panorama télévisuel de la deuxième moitié des années '90 que l'on peut entrevoir les premiers balbutiements d'une *sitcom moderne* qui dévie radicalement du style mondialement reconnu. Nous verrons dans cette section les caractéristiques de cette nouvelle approche qui propose une comédie télévisuelle hybride.

D'abord, il est essentiel de se pencher sur le contexte de production qui englobe ces nouvelles sitcoms; un champ télévisuel où se multiplient des émissions de télé-réalité qui *jouent* entre autres sur l'effet *big brother* (*Big Brother*; *Loft Story*) avec des candidats

¹⁴ Ces séries (longueur standard de 22-24 épisodes par saison) ont toutes connu un succès critique (voir en ligne <<http://www.metacritic.com/tv/bests/2005/>>) et populaire, sauf *Arrested Development* (nous le verrons plus loin) qui a été annulée par la FOX puisqu'incapable, malgré un changement constant de plage horaire, de conserver un large auditoire.

confinés dans un lieu intérieur X truffé de caméras et de micros ou, on remplace cette domesticité par l'exotisme en imposant une aventure à ses participants (*Survivor*; *Amazing Race*). Dans tous les cas, l'enjeu est la « survie » et c'est à travers différents jeux, tests et défis que le sort des participants est décidé. On semble s'approcher davantage du jeu télévisé que d'une réalité¹⁵ documentaire: « [a] preplanned group surveillance within a “game frame” that permits a measure of viewer intervention through the regular voting-off of participants » (Corner 2002, p. 261). Dans ces séries, en alliant l'observation (caméra qui observe), l'adresse directe des participants et leurs commentaires (interview, confessionnal), il s'y développe en quelque sorte une narration où «[t]he “self” can be put on display in various modes of affection, solidarity, insincerity, confrontation, and downright aggression» (*ibid.*). La relation (médiatisée) entre le regardé et le regardeur n'est plus «orwellienne» du fait que l'entité menaçante qui observait (ici il s'agit des multiples caméras qui filment) laisse maintenant place à un espace de performance pour celui qui est observé. Ceci découle de ce que François Jost appelle un « climat de normalisation de la télésurveillance dans lequel nous baignons » (2002, p.28). Les caméras de surveillance sont plus souvent qu'autrement synonymes de sécurité et les micros-caméras (*webcam*) sont maintenant accessibles. C'est à partir de ces éléments ainsi qu'avec l'avènement des réseaux et la convergence du micro-ordinateur et de la caméra (*ibid.*, p. 13-32) que le direct devient de plus en plus commun dans le quotidien audio-visuel. Bien sûr, se filmer et se faire filmer n'est pas nouveau, mais le succès de la télé-réalité « tient moins à l'invention du «format», du «concept» [...], qu'à la rencontre au bon moment d'attentes idéologiques diffuses dans la société et qui ne

¹⁵ Le terme « réalité » doit être nuancé : [...] appeler « télé-réalité » des émissions qui retransmettent très partiellement des gestes insignifiants montre combien la vérité est moins dans les images que dans le regard que nous décidons de porter sur elles... (Jost 2002, p.36)

demandaient qu'à s'exprimer » (*ibid.*, p. 28). Évidemment, c'est plus complexe que cela. D'affirmer que la télé-réalité est arrivée au «bon moment» peut sembler anecdotique, voilà pourquoi il faut prendre en compte l'activité du spectateur. Comme il a été mentionné précédemment avec l'avènement des nouvelles technologies, le spectateur change ses modes de consommation de la télévision. Il est ainsi intéressant de souligner ce qu'Ehrenberg mentionne au sujet des *nouveaux* téléspectateurs qui changent sans cesse de chaînes. Depuis la *multi-channel transition*, ces derniers sont «volages, il faut donc les réimpliquer dans l'image » (1995, p.206, je souligne). C'est justement ce que les émissions de télé-réalité mettent de l'avant, à une époque où la subjectivité émerge : il en résulte un « recul de la télévision superficielle, celle des paillettes et des stars, faite pour un public innocent, au profit d'une télévision de l'authenticité qui joue sur la vie des gens et sur d'autres aspirations » (*ibid.*, p.209). Ceci place le téléspectateur « actif » en tant que voyeur et juge de talent (*talent-show judge*) (Corner 2002, p. 268).

Alors que la télé-réalité, avec des émissions comme *Big Brother* ou *Survivor* (et leurs dérivées), veille à créer et engendrer des situations et des interactions tout à fait artificielles, il y a déjà dans les années 1990 en Angleterre (et ensuite en Amérique du Nord¹⁶) une multitude de *docusoaps* (ou feuilletons documentaires) qui utilisent les techniques traditionnelles de tournage du documentaire mais avec les pratiques de montage propres à la dramatique télévisée ou *soap opera*. En effet, la structure dramatique s'apparente à celle d'un feuilleton et s'étale sur plusieurs épisodes. Visuellement, une caméra erre (à l'épaule, parfois sautillante et floue) dans les lieux où se

¹⁶ Entre autres, la chaîne américaine TLC est truffée d'exemples : des titres comme *American Choppers* (TLC, 2003-); *Little People, Big World* (TLC, 2006-); *LA Ink* (TLC, 2007-); *Jon & Kate plus 8* (TLC, 2007-). Sans compter la multitude d'émissions du genre avec des célébrités.

trouvent les personnages, captant les événements tels qu'ils se déroulent, entrecoupés de différentes interviews des participants (Mills 2004, p. 70; Williamson 2008, p. 110). On s'intéresse à des personnes réelles, observées dans leur vie quotidienne, en interaction avec les gens de leur famille, de leur quartier ou du milieu de travail. Au lieu de s'engager, comme le documentaire, dans un rôle ou une fonction sociale du milieu filmé, le but premier de la télé-réalité est sans aucun doute de divertir (et conçu stratégiquement pour leur forte compétitivité dans le marché télévisuel contemporain¹⁷). Éléments qui vont de pair avec le contexte post-documentaire contemporain évoqué par John Corner dans son article « Performing the Real: Documentary Diversions ». Contexte qui se déplace de plus en plus du côté du divertissement alors que le style, la performance et la réception sont mis à l'épreuve par rapport à la forme documentaire conventionnelle :

There has been a quite radical dispersal of documentary energies across the schedules [...]. Extensive borrowing of the “documentary look” by other kinds of program, and extensive borrowing of non documentary kinds of look (the dramatic look, the look of advertising, the look of the pop video) [...]. This self-display is no longer viewable as an attempt to feign natural behaviour but is taken as a performative opportunity in its own right. As such, it constitutes a staple element of docusoap in contrast with the self-restrained naturalism of demeanor, speech, and behavior in classic observationalism. [...] and related to these questions about style and performance, the broader range of cognitive and affective investments that people make in audio-visual documentation is likely to have undergone a shift. (2002, p. 263-265)

Le fait d'employer les codes narratifs de la fiction avec un style hérité du documentaire « apparaît plutôt comme une suite de formules particulièrement bien travaillées, remaniées, peaufinées à partir des émissions les plus populaires de la dernière

¹⁷ Dans le domaine de l'audimat, il ne faut surtout pas oublier les «enquêtes d'audience» qui influencent les décisions stratégiques des diffuseurs (Nielsen Media Group aux USA; sondages BBM au Canada). Pour un bref aperçu, voir Amanda Lotz p. 193-214).

décennie » (Jost 2002, p.8) et cette hybridité des genres étant « au goût de son époque » (*ibid.*, p.9) a certainement influencé différents créateurs¹⁸ de séries comiques qui cherchent de nouveaux modes de production. La « dispersion radicale de l'énergie documentaire » mentionnée par Corner apparaît donc pertinente afin d'analyser la nouvelle forme des sitcoms. L'emprunt du «look» documentaire sera souligné selon les trois éléments qu'il évoque, soit la forme (style), la performance (self-conscious) et la relation au spectateur.

2.3.1 Les précurseurs : les deux «Larry»

La fin des années 1990 et le début des années 2000 sont des moments pauvres pour la comédie à la télévision américaine. Des sitcoms très populaires comme *Seinfeld* et *Married... with Children* maintenant terminées, des émissions qui ont un succès critique et public sont de plus en plus rares. La gloire de sitcoms comme *Friends* ou *Frasier* (la diffusion des deux se termine en 2004) perdure, mais en humour, rien de nouveau ne se démarque sur les grandes chaînes. La compétitivité de l'ère post-network oblige les studios à diversifier leurs productions. Les chaînes câblées payantes par ailleurs, qui tentent de garder un statut d'innovateur, d'avant-gardisme, produisent des séries qui se distinguent des formules conventionnelles.

Les comédies télévisuelles *The Larry Sanders Show* (HBO, 1992-1998) et l'émission spéciale *Larry David : Curb Your Enthusiasm* (diffusée en octobre 1999 aussi sur HBO) sont sans contredit deux émissions qui bouleversent la façon de percevoir la comédie à la télévision, des exemples de comédie qui fusionne plusieurs genres. On

¹⁸ J'utiliserai l'expression *créateurs* au lieu de scénaristes, réalisateurs, producteurs afin d'englober le travail de collaboration impliqué dans la production d'une série télé.

pourrait dire des comédies hybrides. La première, peu connue puisque créée à une époque où HBO n'avait pas encore reçu toutes ses lettres de noblesse (et non-éditée dans son entièreté en DVD¹⁹), apparaît comme un pastiche des *talk show* américains et de l'arrière scène de la production de ceux-ci. La deuxième, une émission spéciale d'une heure, est traitée comme un documentaire sur Larry David, co-créateur de la sitcom *Seinfeld*, qui décide de renouer, après une absence d'une dizaine d'années, avec sa carrière d'humoriste (stand-up comic). Pastiche des docusoaps, l'humour d'observation, comme celui de la série qui s'intitulera simplement *Curb Your Enthusiasm* (HBO, 2000–), provoque plus souvent qu'autrement le malaise au lieu des éclats de rire propres aux sitcoms (et ses rires en boîte). Dans pratiquement tous les épisodes, le borné Larry David se met dans des situations embarrassantes auprès de ses amis (souvent des comédiens qui interprètent une version décalée d'eux-mêmes) ou auprès de personnes qu'il rencontre ici et là, s'obstinant sur des principes moraux et des codes de conduite. Par exemple, dans l'épisode « Mel's Offer » (Saison 4-Épisode 1) Larry David se présente à l'urgence d'une clinique médicale après que Mel Brooks lui ait accidentellement ouvert une porte de salle de bain en plein front. D'emblée, tout semble être un prétexte à la confrontation. D'abord, Larry refuse d'inscrire son nom sur la liste d'attente des patients puisqu'il n'aime pas que les gens sachent qu'il est là « People come in, they see your name... I don't like having my name on these lists! ». Quelques instants plus tard, alors qu'il attend dans le bureau du médecin, il se sert du téléphone pour appeler son agent et le médecin le surprend. S'en suit une longue dispute sur l'éthique d'utiliser le téléphone dans une salle d'examen d'un médecin :

¹⁹ L'intégrale sera disponible le 28 septembre 2010 (distribué par Shout! Factory).

Docteur : You're not supposed to use that phone

Larry : Sorry, that was a local call.

Docteur : Doesn't matter, you're not suppose to use the phone.

Larry : Fine. What's the big deal though, if I may ask? What's the problem?

Docteur : There is no problem, we just don't want people using that phone.

Larry : I don't understand why not though. Wh-Why couldn't I use it?

Docteur : Well, you could use it, you obviously did. We don't WANT you to use it!

Larry : With all due respect, I don't really understand the rule. I don't see what the big deal is.

Docteur : The history at why we arrived at that is so complex, I won't even bore you with it... Just let it be said, we don't allow anyone to use the phone in the examination room.

Larry : Yeah but I just don't see how it's hurting anybody.

Docteur : Well, it's not hurting anybody. We just have a rule here: YOU DON'T use the doctor's phone! It's simple.

Larry : Yeah but I don't understand what the REASON is. I mean, you're saying not to use the phone but what's the REASON?

Je vous épargne le reste de la discussion! Sorte de dialogue de sourd qui caractérise souvent l'obstination des personnages de la série. L'humour ou plutôt le malaise provenant de cette scène est attribuable entre autres au style *observationnel* de la scène. Malgré quelques champs-contre-champs, l'impression demeure : « [t]he observational component of these sitcoms, which includes not just what they look like but also the timing of shots and the sense that at times we observe events in real time, creates a different type of engagement with the narrative (Thompson 2007, p. 67). En effet, au lieu

d'un blague savamment élaborée suivie d'une chute rigolote, ce style télévisuel (j'ajoute ici que dans cette série, les dialogues sont presque entièrement improvisés) *déplace* l'humour vers l'observation d'un moment comique... aussi banal soit-il. Et c'est ce qui fait une grande différence entre les sitcoms du Network era et de la Multi Channel Transition, par rapport aux nouvelles séries comique de l'ère Post Network. Le parallèle avec la télé-réalité est d'autant plus intéressant puisqu'auparavant, «l'individu ordinaire pouvait accéder à l'écran, du moment qu'il avait vécu quelque chose d'extraordinaire [...]». Par exemple, on le voyait dans des *talk-shows*, aux nouvelles. Maintenant, à travers la télé-réalité, «[p]lus besoin d'être en crise pour dévoiler son intimité; plus besoin de la richesse d'une expérience pour se raconter. Il suffit d'être [...]. Une conception nouvelle de la télévision émerge : autoréférentielle» (Missika 2006, p. 29). Le téléspectateur est fasciné par celui qui est à l'écran qui n'est pas différent si ce n'est qu'il «passe à la télévision». C'est un peu la même chose avec l'évolution de la sitcom. Contrairement aux sitcoms classiques *Curb Your Enthusiasm* et *The Office*, ne proposent pas des situations abracadabrantes, mais plutôt l'objet privilégié de la télévision : l'insignifiant et l'ordinaire (Cavell 1988, p. 257). Aussi, l'autoréférentialité émerge du fait que les genres s'interpellent. Enfin, comme l'a mentionné Danielle Aubry à propos du roman-feuilleton qui exploite certaines modalités du théâtre et du roman, ces sitcoms qui s'approprient le style documentaire, forment presque « un *genre nouveau*, un genre hybride mais qui développe une rhétorique [comique] distincte » (2000, p. 33).

2.3.2 *The Office* et la comédie vérité

La série anglaise *The Office* (BBC2; 2001–2003)²⁰ est l'exemple par excellence qui conjugue les éléments de la sitcom et ceux du feuilleton documentaire. On y retrouve un ton comique, un lieu et quelques personnages récurrents ainsi qu'une histoire singulière pour chaque épisode, mais visuellement « [t]he series acknowledges its mediation [...] the programme appears to act as if it were a real documentary or docusoap » (Mills 2004, p. 70). Du coup, par la mise en scène et la direction des comédiens, les personnages agissent comme s'ils étaient conscients de la présence d'une équipe de tournage qui s'infiltré et qui observe leur milieu de travail et comme mentionné plus haut concernant le feuilleton documentaire, ces différents personnages sont interviewés (talking heads), discutant des événements qui viennent de se dérouler. Écrite par Ricky Gervais et Stephen Merchant cette série se déroule dans le bureau d'une compagnie de distribution de papeterie où le gérant, David Brent (Ricky Gervais) donne l'impression d'être un humoriste de talent et aimé de ses collègues : « I suppose I've created an atmosphere where I'm a friend first and a boss second. Probably an entertainer third », s'exprime-t-il lors d'une entrevue vers la fin du premier épisode de la série. Au contraire, Brent, maladroit dans ses propos, rabaisse plutôt les autres employés en tentant d'être drôle. Imbu de lui-même, ce dernier semble plus préoccupé par sa performance devant l'équipe de tournage présente dans les bureaux que par son boulot. Il jette d'ailleurs régulièrement des regards furtifs à la caméra, comme s'il cherchait l'approbation d'un public (nous verrons plus loin ce rapport entre le téléspectateur et l'objet comique). Comme un humoriste ou un acteur dans une sitcom, il laisse des pauses après ses interventions

²⁰ Plus tard adaptée aux États-Unis, en France, au Québec, en Allemagne et au Chili.

comiques, du moins, attend que l'attention soit rivée sur lui. L'humour de cette série provient couramment des multiples situations embarrassantes dans lesquelles Brent s'enfonce. Situations qui provoquent le rire bien que maintes fois, elles engendrent un sentiment de malaise chez le spectateur, souvent amplifié par des plans de réactions consternées, abasourdies des personnages (les employés) qui sont filmés et conscients de l'être. Pensons à la fameuse danse improvisée de Brent (Saison 2—Épisode 5) alors que le bureau organise une levée de fond (*Comic Relief Day*). Se croyant déclassé par Neil, son superviseur qui vient d'interpréter une chorégraphie « à la John Travolta » dans *Saturday Night Fever*, David Brent tente de s'approprier l'attention (le *spotlight*) en effectuant des pas de danse loufoques. Les nombreux plans de réaction de ses collègues qui cessent graduellement d'applaudir, de fredonner une mélodie et l'ardeur de Brent rendent la scène quasi insupportable. Semblable, mais à la fois si différent au niveau comique de l'exemple mentionné précédemment à propos de la danse d'Elaine dans *Seinfeld*. Cette dernière sait qu'on la regarde, mais cela n'influence pas sa performance et le plan de réaction de George confirme le moment comique. C'est tout le contraire chez Brent qui n'engendre que du malaise. Ceci montre clairement l'effet de la présence de la caméra sur un sujet filmé : David Brent qui *prétend* se servir de la caméra à ses propres fins. À ce sujet, Brett Mills mentionne que « while documentary and docusoap often rely on an assumption that they present an unmediated truth, much of the humour in *The Office* comes from demonstrating the impossibility of this » (2004, p. 74). Le contraste évident entre la forme documentaire avec son sobre discours d'interrogation, censé produire du savoir, par rapport à l'absurdité, l'incompétence des sujets filmés, crée l'effet comique (Thompson 2007, p. 68). La série dévoile donc par l'humour, l'artifice derrière le

feuilleton documentaire qui à l'instar du cinéma vérité «encourages its subjects to define themselves through performances for the camera» (Bordwell et Thompson 1994, p. 571). C'est à partir de ces faits que Mills utilise le terme *comédie vérité* afin de qualifier ces nouvelles sitcoms qui adoptent les caractéristiques visuelles du cinéma vérité, mais dans un but comique :

[...] comedy vérité is more than a definition of style. It also indicates a use of television comedy to interrogate the processes and representations of media forms, in a manner similar to the aggressively involved characteristics of cinema vérité (2004, p. 75).

L'appréciation de cette série Anglaise (ainsi que de plus en plus de comédies télévisées dont certaines seront mentionnées plus bas) provient entre autres de l'émergence de ces différentes caractéristiques provenant d'autres genres au détriment de celles longtemps associées à la sitcom. On peut parler d'une juxtaposition de genres traditionnellement incompatibles, mais cette hybridation générique semble exposer tous les artifices de la rhétorique (Aubry 2000, p. 245), c'est-à-dire les procédés qui créent l'humour de ces séries.

Mais il est aussi nécessaire de détenir un savoir préalable des autres formes télévisuelles, attribut que possèdent certains téléspectateurs contemporains (ou auditoire ciblée, niche) qui ont grandi avec la multitude des formats télévisuels mentionnés ci-haut. Donc, les créateurs sont de plus en plus conscients du niveau de connaissances du téléspectateur concernant les différents médias et s'en servent afin de créer un environnement comique unique. Tout comme *The Office*, les séries *The Larry Sanders Show* et l'émission spéciale *Larry David : Curb Your Enthusiasm* sont des «programs that self-consciously showcase documentary units or modes as part of their narrative and

plot/or documentary looks and imaging as part of their mise-en-scène» (Caldwell 2002, p. 259). Les auteurs Mills et Caldwell, mettent de l'avant cet aspect autoréférentiel (*self-conscious*), notion nécessaire à la compréhension de ce nouveau type de sitcom, ces comédies vérités. D'ailleurs, il est important de souligner que par rapport à ces trois comédies et d'autres qui suivront, il y a ce changement de paradigme :

The sitcom has finally abandoned its music hall origins, and begun to interact with aspects of television to create meaning. This is, then, sitcom *as* television, and, as such, is television comedy made by, and for, generations of viewers for whom the music hall experience is meaningless. (Mills 2004, p. 78)

Le téléspectateur est maintenant face à une émission comique qui interroge davantage et qui met à jour les caractéristiques du médium. Un type de sitcom qui reconnaît le téléspectateur en tant que *téléspectateur averti* (ce téléspectateur contemporain possédant un bagage culturel de plus en plus garni) et la télévision en tant que *télévision*. Cela rejoint le concept de « Televisuality » de Caldwell dont il était question au chapitre précédent, qui questionne la notion de style à la télévision et l'image télévisuelle qui est « the medium's more immediate material presence in culture » (1995, p. 352). Il semble donc approprié de transposer, à l'instar de Mills et Caldwell ce changement de paradigme à la sitcom. Cependant, le terme *comédie vérité* semble plus adapté à des séries comme *The Office* et celles qui s'en inspirent (*Parks and Recreation* ou *Summer Heights High*) avec une esthétique qui «maximise self-consciousness in performance [...] Their characters 'act up' for the camera, try to manipulate what is being filmed, and offer additional self-revelation through 'confessional' interviews» (Dunleavy 2008). Puisque ce type de performance est moins exploité dans *Arrested Development*, je continuerai donc de parler de sitcom, mais en mettant en avant plan son côté proprement

télévisuel (afin de ne pas confondre avec le terme générique « télévisuel » qui traite des propriétés spécifiques du médium et sa réception, je tâcherai désormais d'utiliser les termes *télévisualité* et *sitcom télévisuelle*²¹ lorsqu'il sera question entre autres, des excès stylistiques qui propose une interrogation et une déconstruction formelle). Avec les *sitcoms télévisuelles* (nous le verrons plus particulièrement avec la série *Arrested Development* qui adopte la forme documentaire sans proclamer être un faux documentaire²²) le style est désormais au service de la création de l'humour.

²¹ Pour en savoir plus sur la question, le tout récent ouvrage *Television Style* de Jeremy G. Butler consacre un chapitre entier à la *sitcom télévisuelle* (2010, p. 173-222).

²² En fait, à deux reprises la caméra manifeste sa présence. Dans « My Mother the Car » (Saison 1-Épisode 8); sur la scène de l'accident de Lucille et Michael et dans « Beef Consomme » (Saison 1-Épisode 13); la caméra qui se fait refuser accès à la salle de tribunal. Ces deux exemples restent sans suite, mais témoignent d'emblée de l'exhibitionnisme visuel de la série.

Chapitre 3 : Un médium qui s'interroge. *Arrested Development*, sitcom télévisuelle

We're really making a show for the new technology here. We're making a show for TiVo, and we're making a show for DVD, and it really becomes part of our objective in making this thing.

-Mitchell Hurwitz, créateur de *Arrested Development*

La *comédie vérité*, la *sitcom télévisuelle* maintenant mise en perspective, il serait intéressant de s'attarder à une série comique qui, en plus d'utiliser l'approche visuelle documentaire se sert d'autres éléments typiques des feuilletons documentaires et de la télé-réalité. Les possibilités visuelles et sonores du médium télévisuel se trouvent exploitées à des fins comiques. *Arrested Development* est une de ces nouvelles séries comiques qui témoignent d'une exubérance de procédés comiques qui mettent à profit l'aspect autoréférentiel de cette dernière. Les procédés utilisés en comédie ne sont pas exploités à des fins d'amélioration stylistique ou de beauté visuelle mais comme surplus intellectuel pour les téléspectateurs qui sont constamment interpellés.

Dans ce chapitre, je traiterai d'abord de l'émergence de l'utilisation de la voix-off, dispositif fort prisé depuis le début des années 2000. Doit-il sa présence à la recrudescence des feuilletons documentaires et de la « télé-réalité » qui envahit les réseaux à la même époque? Il est difficile de ne pas faire le lien puisque le narrateur est omniprésent dans toutes sortes d'itérations de ces «formats». Il sera ensuite question d'un nouvel environnement sonore dans les *sitcoms télévisuelles*, entre autres par l'utilisation du «bip» sonore, dispositif rondement utilisé afin d'accentuer l'humour de certains

moments de la série et l'absence des rires en boîtes. Suivront les possibilités comiques engendrées par le visuel et pour finir les cas «S.O.B.s», un épisode tout à fait particulier de la série *Arrested Development*.

3.1 L'essor de la voix-off

On retrouve de plus en plus, dans les séries télévisuelles de l'ère post-network, la présence d'un narrateur. D'une série à l'autre, le narrateur n'a cependant pas toujours la même fonction. Ce dispositif n'est bien évidemment pas exclusif à la télévision. Dans le cinéma de fiction, les spécimens sont nombreux, comme dans les films noirs où un narrateur, souvent le personnage principal, raconte les événements tels qu'ils se sont déroulés. Dans la comédie par contre, les exemples se font plus rares au cinéma. À la télévision par contre, on retrouve ce dispositif dès l'ère de grands réseaux. En effet, *Life With Elizabeth* (1953-1955) avec Betty White et Del Moore et son présentateur présent à la caméra Jack Narz et *The Many Loves of Dobie Gillis* (CBS, 1959-1963) où le personnage principal Dobie Gillis (Dwayne Hickman), fait divers apartés à la caméra. Dans les deux cas l'héritage de ces pratiques (le présentateur et les apartés) provient du théâtre et du music hall. Encore une fois ceci est intéressant puisque cette présence qui interpelle le téléspectateur est issue de cet embrouillement des genres. Un autre exemple télévisuel intéressant qui mélange les genres est la mini-série britannique *The Singing Detective* produite par la BBC en 1986. Cette dernière exploite les propriétés du médium télévisuel par ses techniques de production inusitées, en mélangeant le film noir, la comédie musicale et le drame. Bref, la voix du narrateur est à la fois un pastiche des films noirs, mais aussi, lorsqu'est représenté Philip Marlow dans son lit d'hôpital, c'est le

commentaire d'un être «prisonnier de ses souvenirs» qui transparait (Aubry 2000, p. 248). Complexe, avec des degrés diégétiques différents, la figure du narrateur dans cette mini-série s'offre un ton ironique, pathétique, et parfois humoristique.

Mais comme mentionné précédemment, l'effervescence de l'utilisation de la voix-off depuis quelques années semble provenir davantage d'une contamination, d'une dispersion (comme le précise John Corner) des nouveaux modes de production télévisuel et du documentaire que de l'héritage cinématographique. Sans faire un compte rendu exhaustif, il est intéressant de voir la quantité de séries qui ont un narrateur ou une utilisation abondante de la voix-off (voir Tableau 2; triées par date de diffusion).

Tableau 2. Séries télévisées qui utilisent un narrateur ou la voix-off comme dispositif narratif depuis la fin des années 1990

Titre de la série (Chaîne)	Années de diffusion	Genre
<i>Sex and the city</i> (HBO)	1998-2004	(Comédie dramatique)
<i>Malcolm in the middle</i> (FOX)	2000-2006	(Sitcom)
<i>Scrubs</i> (NBC/ABC)	2001–	(Sitcom)
<i>The Bernie Mac Show</i> (FOX)	2001-2006	(Sitcom)
<i>Andy Richter Controls the Universe</i> (FOX)	2002-2003	(Sitcom)
<i>Kath and Kim</i> (ABC TV-Australie)	2002-2005	(Sitcom)
<i>Arrested Development</i> (FOX)	2003-2006	(Sitcom)
<i>Peep Show</i> (Channel 4)	2003–	(Sitcom)
<i>Desperate Housewives</i> (ABC)	2004–	(Comédie dramatique)
<i>Everybody Hates Chris</i> (UPN/The CW))	2005–	(Sitcom)
<i>Grey's Anatomy</i> (NBC)	2005–	(Drame)
<i>How I Met Your Mother</i> (CBS)	2005–	(Sitcom)
<i>My Name is Earl</i> (NBC)	2005-2009	(Sitcom)
<i>Dexter</i> (Showtime)	2006–	(Drame)
<i>Heroes</i> (NBC)	2006–	(Drame/fantastique)
<i>Gossip Girl</i> (The CW)	2007–	(Drame/Soap)
<i>Pushing Daisies</i> (ABC)	2007–2009	(Comédie)
<i>Better Off Ted</i> (ABC)	2009–	(Sitcom)

Dans les récentes séries à saveurs plus dramatiques, il s'agit d'un personnage principal qui expose «ses» positions et opinions sur différents thèmes abordés dans un épisode en particulier. En plus d'accélérer le contenu narratif, la voix-off est un outil économique qui permet de décrire des événements trop complexes ou trop banals à filmer. C'est dans cette optique que le monologue intérieur du protagoniste de *Dexter* (Showtime, 2006–) fonctionne, un tueur en série qui travaille pour la police de Miami, permet au spectateur de s'immiscer dans le subconscient du tueur. Dans *Sex and the City* (HBO, 1998–2004) par exemple, le commentaire en voix-off de la protagoniste Carrie Bradshaw sert entre autres de prétexte afin d'énoncer ce qu'elle aborde dans sa chronique journalistique. Dans *Desperate Housewives* (ABC, 2004–), la narratrice omnisciente (une femme au foyer qui se suicide au tout début de la série) offre une perspective posthume sur les tribulations des habitants de la banlieue résidant sur Wisteria Lane. Un commentaire parfois moqueur et ironique qui accompagne cette comédie dramatique. La présence de cette narratrice est non sans rappeler le personnage Joe Gillis (interprété par William Holden) dans *Sunset Blvd.* (Billy Wilder, 1950) du fait que les deux sont décédés au moment où ils racontent les événements. Alors que Joe raconte des événements passés, la narratrice de *Desperate Housewives* Mary Alice, propose aussi ses impressions sur des événements qui se déroulent au temps présent.

Certaines *sitcoms télévisuelles* se servent également de la figure du narrateur. S'agit-il simplement d'une «gimmick» ou un outil qui permet vraiment d'ajouter une certaine profondeur narrative ainsi que comique? Nous le verrons, certains exemples sont plus distinctifs que d'autres. Je le répète, comme pour *The Office* et *Curb Your Enthusiasm* elles sont filmées hors des studios, avec caméra «unique» (on en utilise

généralement plus d'une) et mobile et abolissent l'utilisation des rires en boîtes. Ces aspects formels minent les notions admises à propos de la stabilité des caractéristiques et représentations d'une sitcom conventionnelle (Mills 2004, p.65). Les créateurs ont tranquillement abandonné les conventions évidentes du genre pour les remplacer par des caractéristiques formelles utilisées dans d'autres genres distincts (*ibid.*, p. 68). Voyons à ce sujet, différents exemples qui exploitent la voix-off.

Dans la série *Scrubs* (NBC/ABC, 2001–), c'est davantage un monologue intérieur du protagoniste J.D. (interprété par Zach Braff) qui livre ses états d'âmes et lie ensemble les différentes scènes comiques et intrigues. Ce type d'interventions rappelle celle dans *Malcolm in the Middle* (FOX, 2000–2006) où le narrateur est le personnage principal Malcolm (Frankie Muniz) qui, en plus de son commentaire, fait régulièrement des adresses à la caméra, ou plutôt directement aux spectateurs.

While such monologues allow the audience access to the thoughts and responses of particular characters in these series, they are clearly presented as if those characters know there is a listener to whom their inner voice is being addressed. In that sense, such monologues position characters as narrators of their own lives, able to question and critique themselves and their circumstances for the benefit of an audience (Mills 2008, p. 52).

Cependant, tel n'est pas le cas en ce qui concerne la série anglaise *Peep Show*, qui pousse cette approche à l'extrême alors que toute la mise en scène s'appuie sur des plans d'ocularisation interne. Toute la série repose sur cette perspective des personnages, particulièrement les protagonistes, bornés et narcissiques, Mark (David Mitchell) et Jeremy (Robert Webb). À cette conception visuelle s'ajoutent les nombreux monologues intérieurs de ces derniers. La juxtaposition, ou plutôt le contraste de ce qu'ils voient et ce

qu'ils disent par rapport à ce qu'ils pensent est le moteur comique de cette sitcom. Les personnages ne «parlent» qu'à eux-mêmes, ne s'adressent à personne. Contrairement aux exemples mentionnés ci-haut, les protagonistes de *Peep Show* ne savent pas, si on peut dire, qu'ils sont entendus ce qui crée un climat humoristique des plus particuliers.

En ce qui concerne *How I Met Your Mother* (CBS, 2005–) bien que cette dernière soit de facture classique (filmé en studio, trois caméras fixes) elle n'est pas tournée devant un public puisque la particularité de cette sitcom est les nombreux allers-retours temporels de la narration qui sont marqués par un filé pour passer d'une scène à l'autre. Une multitude de flashbacks et de flashforwards se succèdent à un rythme effréné afin de raconter les histoires des personnages, cinq amis qui passent la majeure partie de leur temps au pub situé sous l'appartement de l'un d'eux, Ted Mosby. Justement, le narrateur (la voix de Bob Saget) est «le vieux» Ted Mosby qui se situe en 2030 et raconte à ses enfants des événements ayant lieu à l'époque du spectateur, soit le début des années 2000. Il intervient donc afin de clarifier et commenter des situations (généralement accompagné d'un arrêt sur l'image). Ses interventions sont surtout comiques lorsque par exemple, il interrompt son histoire afin d'annoncer un événement qui se produira. Par exemple, dans l'épisode «Shelter Island» (Saison 4-Épisode 5) le narrateur s'exprime: «Kids, usually a moral comes at the end of the story, but this one is so important I'm saying it now: never invite an ex to your wedding». Ceci modifie les processus d'anticipation et diffère radicalement des anciennes sitcoms. Une grande partie de l'humour des ces dernières provient de la description de diverses situations par les personnages. Les sitcoms traditionnelles étaient davantage verbales alors que de nos jours les comédies ont de plus en plus recours aux effets visuels et de montage afin de créer l'humour (Horton 2000, p.

133). Dans l'épisode «The Race» (Saison 6-Épisode 11) de *Seinfeld* par exemple, Jerry fait une description élaborée ou plutôt une performance (Jerry Seinfeld est avant tout un stand-up comic) à Elaine afin de lui expliquer comment il a remporté une course en athlétisme alors qu'il était en 9^e année²³. Dans un autre épisode, «The Busboy» (Saison 2-Épisode 3) Elaine raconte les péripéties et obstacles qu'elle a dû surmonter pour tenter d'aller conduire un homme (dont elle veut absolument se débarrasser) à l'aéroport. De tels monologues auraient-ils leur place dans une *sitcom télévisuelle*? Dans le contexte présent, (voir les sitcoms énumérées dans le tableau ci-haut) il faut supposer qu'un narrateur/voix-off serait intervenu et le tout aurait été raconté à l'aide de flashbacks. L'image l'emporte sur la parole? L'emphase est sur ce qui se montre au lieu de ce qui est décrit. Du coup, ce n'est pas le même type d'humour, moins basé sur la performance des comédiens que sur l'articulation et l'insertion d'éléments propres au médium audiovisuel. Enfin, tant d'exemples qui se ressemblent, mais dans le paysage télévisuel du début du 21^e siècle, un intrus s'est imposé par la densité d'interventions de son narrateur.

3.1.1 *Arrested Development* et son narrateur attentif

La série *Arrested Development* (FOX, 2003-2006) n'est pas nécessairement avant-gardiste avec son narrateur de style documentaire, mais ce dernier est une figure plus qu'importante et ajoute au ton déjà particulier de la série. Interprété par un des

²³ Cette scène est justement réinterprétée dans les suppléments de l'édition DVD avec un segment intitulé *Sein-imation*. Au lieu d'être décrite, la scène est «imagée».

producteurs exécutifs de la série, Ron Howard²⁴, ce dernier intervient en voix-off de différentes façons à travers les épisodes. Ici, pas un monologue intérieur et contrairement aux exemples mentionnés ci-haut, il ne s'identifie pas pendant le cours de la série (et n'apparaît pas au générique). Mise à part l'introduction qu'il fait de la série dans le menu du premier DVD de la première saison, où il affirme qu'il est le narrateur, aucun marqueur diégétique n'indique à l'auditoire que Ron Howard est le narrateur (à moins de reconnaître sa voix). Certains diront qu'il s'agit d'un détail négligeable? En fait, certains éléments de la série, nous le verrons, renvoient au passé télévisuel de Howard. Bien que sa voix soit détachée de la présence physique des personnages de la diégèse (présence acousmatique, Chion 1982, p.26), il est loin d'être passif alors qu'il porte des jugements sur les faits et gestes des personnages. Même que parfois ceux-ci s'interpellent:

Gob: Believe me, we didn't do any sleeping. I had sex last night.

Narrateur: But he really didn't.

Gob: Yes, I did.

Contrairement à la narration plus *classique* comme celle entendue dans certains documentaires ou docusoaps, il ne fait pas que commenter un récit linéaire, mais brise plutôt cette linéarité en effectuant de fréquentes remarques sur les événements présents et conduisant à des retours en arrière, question d'apporter des précisions sur certains faits ou les agissements des personnages. Du coup, il a un rôle majeur dans la constitution de plusieurs gags et ne cesse d'appuyer la participation du spectateur. Souvent, le narrateur intervient non simplement pour commenter l'action qui se déroule à l'écran ou annoncer ce qui va se passer, mais il intervient directement, comme dans l'exemple ci-haut,

²⁴ Aussi réalisateur et producteur Hollywoodien (entre autres, *Apollo 13*, *A Beautiful Mind* et *Da Vinci Code*), en plus d'avoir interprété Opie dans la série télévisée *The Andy Griffith Show*, et Richie Cunningham dans la série *Happy Days* (1974-1984).

pendant diverses conversations entre les personnages. En fait, en clarifiant les propos, disant la vérité sur différents sujets et relativement aux pensées des personnages, le narrateur ajoute une touche humoristique. L'omniscience de ce dernier lui permet de prendre à contre courant les propos ou actions des personnages de la série. Ces derniers sont, il est important de le mentionner, tous aussi égoïstes les uns que les autres et le mensonge est souvent l'avenue la plus simple afin d'obtenir ce qu'ils veulent ou simplement ne pas perdre la face. D'ailleurs, dans l'épisode «Righteous Brothers» (Saison 2-Épisode 18), une conversation entre Maeby et son cousin George-Michael résume bien la place qu'occupe la voix-off:

Maeby: Hey, do you remember that French movie we tried to sneak into once—you know, *Dangerous Cousins*?

George-Michael: No, I—Why? Did we—Why [bégaiement] I don't remember that, no.

Narrator: George Michael remembered very well. In fact, he currently had a copy of the DVD hidden in his sock drawer [image du DVD apparaît à l'écran].

George-Michael: Kind of [il ferme brusquement son tiroir]—why do you ask?

Maeby: Well I got passes to the premiere of the American remake. Supposed to be great.

Narrator: It wasn't great, and Maeby knew it [L'image nous amène dans une salle de projection d'un studio]. The studio at which she'd finagled a job had hoped to avoid controversy by *artlessly* explaining that the two leads weren't biological cousins.

En plus d'être un exemple marquant de l'intervention du narrateur, on annonce un élément du récit à venir de la série. En effet, tout au long des deux premières saisons de *Arrested Development*, George-Michael cache son amour pour sa cousine Maeby et comme annoncé par le narrateur (ou plutôt anticipé) les créateurs de la série expliqueront (*artlessly*, non sans plusieurs bouleversements), vers la fin de la troisième saison, que les

deux «cousins» ne sont pas unis par un lien biologique. Cette voix omnisciente de *raison*, avec ses interruptions, parle au spectateur en lui dévoilant la réelle pensée des personnages ou dévoile les histoires passées de ces derniers. Aussi, cet extrait montre également l'importance de toute la mise en scène qui accompagne les paroles du narrateur : l'image du DVD *Les cousins dangereux* qui surgit à l'écran, le geste brusque de George-Michael qui cherche à cacher sa copie (qu'il s'est sûrement procurée après que lui et sa cousine aient tenté de visionner ce film sur grand écran dans l'épisode «My Mother the Car» (Saison 1--Épisode 8)). La voix-off du narrateur n'est pas la seule intervention «sonore» qui accompagne l'univers comique de la série. L'abondance des «bip» afin de camoufler les mots ou expressions indécentes, lance cet éternel débat sur la liberté du langage en comédie (sur le sujet, écoutez le toujours actuel monologue de l'humoriste George Carlin : «Seven Words You Can Never Say on Television» sur l'album *Class Clown* paru en 1972).

3.2 Transgressions sonores des *sitcoms télévisuelles*

As with most things forbidden, dirty words have a special fascination. What is taboo is revolting, untouchable, filthy, unmentionable, dangerous, disturbing, thrilling—but above all powerful (Kate Burridge citée dans Leverette 2008, p.132).

En contemplant le paysage télévisuel des dernières décennies il est bien évident que les temps changent : « spectacle comme spectateur ont changé » (Ehrenberg 1995, p.169). Du coup, les limites de ce qui est acceptable sont constamment repoussées, transgressées. Savoir qu'il y a transgression n'est-il pas une façon d'exercer une sorte de pouvoir? Pouvoir exercé par les créateurs? Par les nombreux groupes contre l'indécence à la

télévision? D'ailleurs, la droite fondamentaliste chrétienne et les organisations politiques et familiales (coalitions de valeurs traditionnelles aux États-Unis comme *PTC—Parents Television Council*, *AFA—American Family Association*, *ACT Against Violence*) avec entre autres, leur agenda pro-vie, pro-famille, anti-gai, unissent leurs efforts et s'engagent à censurer la télévision américaine. Ces organisations sont donc en place dans un but de régulation, de restriction (McCabe et Akass 2007, p.64). La moralité que prônent ces organisations n'est pas un choix individuel, mais une question publique. Mais cette pudeur attise les discours sur la profanation, le sexe et la violence. Pour les chaînes spécialisées qui n'ont pas besoin de souscrire aux directives, les limites sont souvent franchissables. *Sex and the City*, *Curb Your Enthusiasm*, *The Sopranos* et *The Wire* en sont des exemples, « continually using explicit content as a way to position itself outside televisual normativity » (Leverette 2008, p.125). Cette normativité a longtemps fait partie de la production des sitcoms traditionnelles qui devaient être conformes aux directives des diffuseurs, mais que se passe-t-il quand on insère délibérément au scénario des grossièretés et des obscénités? Dans un «climat comique», c'est-à-dire avec les signes qui permettent aux spectateurs d'anticiper une comédie (à ce sujet, voir le «Comic climate» élaboré par Gerald Mast (1979, p. 9)) ceci produit un effet de surprise et ce dernier provoque le rire. Pour les auditeurs réguliers de la chaîne HBO cependant, l'obscénité n'est pas inhabituelle puisque hors des radars de la FCC (Federal Communications Commission, créée en 1934 par le congrès américain²⁵), mais dans l'éventualité où la comédie est diffusée sur un des grands réseaux, l'approche est différente, même si les

²⁵ Les directives par rapport aux obscénités ne s'appliquent cependant pas aux médias-par-abonnements comme les télévisions payantes, satellites ou sur demande.

limites de ce qui est «montrable et dicible» (Ehrenberg 1995, p. 167) sont constamment repoussées.

Citant Foucault, Marc Leverette affirme que l'interdit est fascinant puisque « the limit opens violently to the limitless ». Cette limite étant subjective d'un individu à l'autre, il y a tout de même des moments de transgression lorsque « we strive to overstep the boundaries of our individual subjectivity. Thus, the *jouissance* we find in watching and hearing profanity » (2008, p.125-126). Peut-on en déduire que l'interdit soit parfois une incitation à la créativité? Pensons à tous les détours, les subtilités employés par les scénaristes et réalisateurs de *screwball comedies* dans les années trente et quarante sous l'emprise du Code de production Hays. Tant au niveau des dialogues qu'au niveau de la mise en scène, ce qui était considéré tabou, amoral, trouvait tout de même une façon d'être exposé :

Underlying the best of the dialogue comedies was usually a subtle and silent rebellion against the very studio system and values that produced them. Most of [the screwball comedies] slyly bit the hand that fed them, but the bite was very coy and the teeth were often capped with the same tinsel and rhinestones that Hollywood so adored. The comedies developed a unique aesthetic for destroying Hollywood assumptions and conventions while appearing to subscribe to them (Mast 1979, p.249-250)

Puisque les *screwball comedies* traitaient de relations et de désirs amoureux les scénarios étaient parsemés d'euphémismes et de sous-entendus. Comme cette conversation entre Lucy (Irene Dunne) et Armand (Alexander D'Arcy) son professeur de chant et le mari jaloux, Jerry (Cary Grant), dans *The Awful Truth* (Leo McCarey, 1937) :

Armand: Oh, pardon me, Mrs. Warriner, you misunderstand. I am a voice teacher, am I not? For one year, she has been my pupil. And from time to time, I pat her on the back. I mean, I congratulate her on her development. (Lucy looks down at her

nails.) Do I express myself?

Jerry: Yes, you've been doing all right.

Armand: But now my position must be considered. I have never yet been in a scandal.

Jerry: Never been caught, huh?

Armand: No. I am a great teacher, not a great lover.

Lucy: That's right, Armand. No one could ever accuse you of being a great lover. That is, I mean to say, well, well who's to say whether you are or not. It's all so silly, but maybe you had better go.

Allusion sexuelle qui passe pratiquement inaperçue par la finesse et la rapidité du dialogue; « des mots qui passent inaperçus (et qui sont censés passer inaperçus) à la première vision, qui semblent parfaitement triviaux et anodins, résonnent lors d'une deuxième vision » (Cavell 1993, p. 19). Des réparties comme « That's right, Armand. No one could ever accuse you of being a great lover » sont nombreuses dans les comédies screwball qui sont souvent qualifiées de «sex comedies without the sex».

À moins d'être diffusées sur une chaîne spécialisée payante, les émissions télé doivent aussi avoir des dialogues à double-sens, des sous-entendus où le tabou est suggéré sans être dévoilé. *Arrested Development* en est justement passé maître avec entre autres, l'ambiguïté homosexuelle du personnage Tobias Fünke et diverses allusions sexuelles. Un exemple est évocateur sur la signification de certains choix d'expressions et du détournement de leurs sens. Comme dans la plupart des comédies screwball, on joue beaucoup avec l'incompréhension, les malentendus entre les personnages²⁶. Dans l'épisode «Afternoon Delight» (Saison 2-Épisode 6), le personnage Michael, qui trouve

²⁶ À ce sujet Henri Bergson parle « d'obstination d'esprit » et de « distraction » de la part des personnages dont on rit, dans *Le Rire. Essai sur la signification du comique*, Paris, Quadrige/Puf, 2002, p.141.

que sa mère (Lucille) est tendue depuis que celle-ci et son amant Oscar n'ont plus de rapports sexuels, tente de convaincre ce même Oscar de reprendre les activités sexuelles avec Lucille :

Michael: My Mom is very stressed out and uh... she needs something that I can't give her um... maybe a little "Afternoon Delight"? [Oscar sourit]

Narrateur: Oscar thought Michael was referring to a particular kind of cannabis, called "Afternoon Delight", a strain famous for slowing behaviour. [Accompagné d'une musique "hippie"]

Oscar: Well sure... The question is... which way do I get it in her?

Michael: I don't need any details.

Oscar: Maybe... I'll put it in her brownie.

Michael: Hey!

Afin de bien saisir ce dialogue et apprécier son humour, du moins la connotation fortement sexuelle, le spectateur doit posséder un certain bagage culturel et social. En effet, il doit savoir que « Afternoon Delight » fait référence à une « relation sexuelle d'après midi ». Il doit également être au courant du fait que pour absorber du cannabis, on peut l'incorporer dans une recette de brownies, d'autant plus que « in her brownie » fait allusion à une relation sexuelle anale. Donc, le contexte est important, mais aussi, porter une attention particulière aux mots est essentiel. Justement, cette attention portée aux mots a longtemps été matière à censure en télévision. On pourrait dire que les créateurs de *Arrested Development* agissent de façon préventive en s'autocensurant.

3.2.1 Le «Bip» sonore

Les émissions télévisées ont souvent utilisé toutes sortes de bruits (le son d'un klaxon, d'une clochette ou le fameux «bip» sonore) pour camoufler les obscénités exprimées par différents personnages. Aux États-Unis, les faits et gestes des créateurs de séries télévisées sont surveillés par la FCC, afin de prévenir l'indécence et de réguler le contenu des émissions de radio, télévisées et l'Internet. Habituellement, c'est dans une optique de censure que le «bip» est employé, camouflant une grossièreté dite de façon impromptue. Plus souvent qu'autrement, c'est dans les talk-shows de fin de soirée, les galas, les spectacles d'humoristes (stand-up comics) et les émissions de télé-réalité que les paroles d'un invité ou d'un intervenant sont censurées. En humour cependant, ce «bip» sonore a une utilité qui peut aller au-delà de la censure. En fait, il s'agit d'un élément qui permet de se moquer de la censure. C'est justement, depuis quelques années, les artisans de séries télévisées qui insèrent délibérément un langage jugé vulgaire dans les dialogues. Cette approche était inconcevable à l'ère des grands réseaux et même la transition *multi-channel*, surtout aux heures de grande écoute où les diffuseurs misaient entre autres sur un minimum de bienséance afin d'éviter la perte de commanditaires²⁷. Mais dans les *sitcoms télévisuelles* l'indécence... est de mise. Les comédiens disent le mot vulgaire et au même moment le «bip» est entendu afin de créer un effet comique. Larry David, dans l'épisode « The Shrimp Incident » (*Curb Your Enthusiasm*; Saison 2-

²⁷ La série *Married... With Children*--1987-1997 (diffusée sur le nouveau réseau FOX) recevait des menaces de boycott de la part de différents commanditaires puisque le contenu et l'humour de l'émission étaient parfois trop grossiers. Une des premières familles dysfonctionnelles à apparaître au petit écran d'un réseau américain; à des années lumières de sitcoms telles que *The Cosby Show*, *Full House*, *Family Ties* ou *Growing Pains* avec ses familles aux valeurs conservatrices.

Voir : <http://www.skooldays.com/categories/primetime/pt1104.htm>
& <http://www.tvguide.com/tvshows/marriedwith-children/100284>

Épisode 4), affirme : « You throw in a “*fuck*” you double your laughs ». On pourrait croire qu’en censurant à l’aide d’un «bip» sonore bien inséré, l’effet comique soit amoindri, mais pourtant, on rit autant. D’ailleurs, comme le mentionne Mitchell Hurwitz, c’est souvent plus drôle lorsque le spectateur ne sait pas ce que le personnage dit. Ce dernier affirme également que le «bip» sonore crée en quelque sorte une interaction entre le spectateur et ce qui se passe à l’écran : «It becomes kind of a puzzle for people. And I think it's about [...] letting your imagination do the work»²⁸. Enfin, il est souvent facile d’entrevoir (quoique parfois aussi «censuré» avec le *lip flap*—alors que les comédiens disent d’autres mots pour ne pas que les téléspectateurs lisent sur les lèvres) ce que le personnage voulait dire selon le contexte, mais le simple fait d’empêcher le téléspectateur d’entendre le juron crée un effet de surprise ou du moins met l’accent sur ce dernier. *Arrested Development* est rempli d’exemples. Chacun des personnages utilise un langage familier et immédiat où le juron est souvent approprié dans des situations irritantes. Par son exagération, un exemple qui est le plus susceptible de provoquer le rire est dans l’épisode «Bringing Up Buster» (Saison 1-Épisode 3) alors que les enfants de la famille Bluth (Michael, Lindsay, Gob et Buster) sont réunis dans le salon de la maison modèle et en disent long à propos des agissements de leur mère. Le cadet Buster, perpétuel étudiant et «fils à maman» (*mama’s boy*), se vide le cœur à propos de sa mère castratrice :

Buster : [imitant sa mère] I’m Mom, and I wanna shoot down everything you say so I can feel good about myself... [rires des autres Bluth] Cause I’m an uptight... [*long biiip*]... Buster!... [*très long biiiiiip*]... you old horny slut!

Michael: [suite à un silence inconfortable] Well, no one’s going to top that.

²⁸ *NPR News*. 2007. En ligne. Animé par Robert Siegel. 25 Octobre. <<http://www.npr.org/templates/story/story.php?storyId=15636600>>.

La longueur des «bip» sonores nous porte à imaginer l'ampleur des vulgarités prononcées envers sa mère et surtout la réaction de ses deux frères et de sa sœur qui sont estomaqués, ce qui provoque le rire chez le spectateur. Le «bip» entretient donc une relation comique entre le téléspectateur et ce qui est représenté. Même si le langage dans les sitcoms est de plus en plus osé et que « the profane is increasingly becoming the mundane » (Leverette 2008, p.132) en cette ère post-network (par exemple, *ass* et *bitch* entendus dans les sitcoms *Two and a Half Men* et *How I Met Your Mother* sur CBS semblent désormais acceptés par la FCC), est-ce que cette vulgarité équivaut au rire assuré? Il semble que désormais, dans un univers télévisuel « where profanity has become so commonplace that it is perhaps more shocking—and indeed transgressive—to hear programs without “bleeps” scattered through » (p.132) ce n'est pas le simple «bip», le mauvais mot qui choque ou qui provoque le rire mais son utilisation comme dans l'exemple mentionné ci-haut. Les créateurs de *Arrested Development* sont conscients de cet effet de créer une relation comique entre le «bip» et le spectateur. On va encore plus loin dans l'épisode «Notapussy» (Saison 3-Épisode 4)²⁹ alors que le mot «pussy» est continuellement censuré par un «bip». Ce mot a plusieurs connotations et l'une d'elle est plutôt péjorative en Amérique du Nord. Cependant, en Angleterre du moins, le terme «pussy» est, par rapport aux dialogues, utilisé comme un petit mot doux :

Rita: Michael. You're such a [*biip*].

Narrator: Michael was stunned. He assumed Rita was using the word [*biip*] in the American sense, meaning weak or cowardly. In fact, Rita meant it in the British sense, meaning “sweet” or “gentle”, as in “pussycat”.

²⁹ Titre qui rend hommage au James Bond *Octopussy* (1983) et qui fait partie d'un arc narratif de cinq épisodes avec le personnage Anglais, Rita (Charlize Theron). Fait à noter : dans le titre de l'épisode, un S est omis afin de ne pas titiller les censeurs qui jugeraient l'expression *Not-a-pussy* offensante.

[On poursuit l'explication en montrant un extrait d'un (faux) film *A Thoroughly Polite Dustup* où un soldat Anglais blessé à une main, fumant une cigarette, parle à sa compagne infirmière devant une infirmerie]

Reggie: The Jerries [les Allemands] aren't so bad. They're just being led by a rotten apple.

Adelaide: Oh, Reggie. Fighting for your country—you're such a pussy.

Reggie: [montrant sa cigarette] When I miss your lips, I'll put a [*biip*] in my mouth and think of you.

Narrator: That also had a different meaning over there.

On joue d'abord avec la signification du mot «pussy», sorte de pied de nez à la censure, sachant très bien qu'en construisant une scène de la sorte, le spectateur associera le «bip» avec le mot «pussy»! Ensuite, dans ce dialogue, le spectateur alerte saisit que le soldat Reggie, en faisant référence à sa cigarette, mentionne le mot «fag». La référence homosexuelle et sexuelle est bien évidente : (« I'll put a fag in my mouth »). Encore une fois, dans un contexte Anglais, le terme est inoffensif, mais on le censure volontairement pour créer ce court moment de confusion chez le spectateur. Cette incongruité rend bien évidemment la scène comique. Cette constante interaction entre le spectateur et le texte agit comme une sorte de « puzzle », pour reprendre l'expression de Hurwitz, laissant l'interprétation au spectateur. Justement, à la fin de l'épisode «Notapussy» alors que Rita est impressionnée par Michael qui lui apparaît comme étant une bonne personne (Michael empêche son fils George Michael de s'inscrire dans l'armée):

Rita : You really are quite a man, Michael.

Michael : Do you really think so?

Rita : Oh, yes. You're a complete and utter [*biip*].

Narrateur : I can't believe we had to bleep that... It would have been such a nice moment.

Le téléspectateur peut se demander pourquoi le mot « pussy » est encore coupé alors qu'il est acquis que lorsque Rita mentionne ce terme, c'est dans un sens affectueux. Le narrateur Ron Howard rappelle cependant sa présence en tant que producteur exécutif de la série qui doit agir selon les contraintes des diffuseurs.

Curb Your Enthusiasm, *Extras*, *Californication*, *It's Always Sunny in Philadelphia*, *Flight of the Conchords* des sitcoms télévisuelles présentées sur les chaînes spécialisées payantes (HBO; Showtime; FX...) n'ont pas le même problème, s'il en est un. Elles sont pour leur part, en dehors des directives de la FCC donc peuvent se permettre des extravagances grossières sans se soucier de perdre de précieux commanditaires. Même les organisations conservatrices et la droite chrétienne acceptent le fait que ces émissions ne soient présentées qu'à une élite qui paye un service câblé privilégié : « The station [HBO] makes a virtue of its autonomy from the constraints and restrictions limiting network television » (McCabe et Akass 2007, p. 66).

3.2.2 Le silence et la performance comique

Un élément absent des *sitcoms télévisuelles*, change totalement le rapport du téléspectateur avec ces dernières. En effet, les sempiternels rires en boîte sont « remplacés » par des silences. Pour les raisons techniques évoqués plus tôt (tournage à l'extérieur, caméra mobile) les rires en boîte ou la présence du public en studio ne sont plus appropriés. Enfin, d'affirmer cela est plutôt réducteur. Une chose est certaine, les gags ne sont plus délimités par les rires entendus par les téléspectateurs. Ceci permet aux

créateurs des séries comiques d'approcher les gags d'une toute autre manière et d'exploiter ces temps morts. Par exemple dans les séries *Curb Your Enthusiasm* et *The Office* avec des situations qui paraissent être « prises sur le vif » les silences créent parfois un malaise chez les téléspectateurs. Ces silences sont souvent mis en évidence par des raccords de regards médusés des personnages face à une situation embarrassante. Surtout dans la *comédie vérité* *The Office* qui ne contient aucune musique diégétique. L'abandon des rires en boîte change d'autant plus le rapport entre le gag et le téléspectateur du fait que ce dernier n'est plus dans cette « position unifiée » qui consolide ce lien avec les situations et comportements comiques. En effet, avec l'utilisation des rires en boîte, on signale au téléspectateur « le quoi » et « le quand » d'une situation humoristique. Cependant, « it cannot acknowledge the possibility that some viewers may not find such things funny » (Mills 2008, p. 62). Les silences, pour leur part, laissent place à l'interprétation et changent la dynamique et le rythme des émissions.

Comme je l'ai mentionné plus tôt dans la section *Sitcom 1.0 : Racine et filiation* rien de tel dans les sitcoms traditionnelles avec ces rires, soupirs et applaudissements qui accompagnent les faits et gestes des comédiens, mais aussi mettent en avant-plan la performance de ceux-ci.

Whereas the theatrical performance allows a direct rapport between performer and audience, with radio the audience is invisible. The early-1930s innovation of the studio audience was a partial solution to this problem, helping performers to improve the timing of their routines and also, of course, serving to 'cue in' the laughter of the home audience (a practice which continues in TV comedies today, with either studio audiences or the American system of 'canned laughter', again first used on radio)» (Neale et Krutnik 1990, p.213-214).

La notion de *timing* est à la base de la performance comique (Horton 2000, p. 3; Palmer 1987, p. 123). Le *timing* n'est cependant pas le même sur scène et diffère de celui sur le plateau de tournage mais aussi, se distingue du produit final, ce qui est diffusé à la télévision. Voilà pourquoi le *timing* d'une sitcom ne repose pas seulement sur la performance du comédien mais du montage (plans de réaction) et des rires entendus. Alors que le processus de pré-production des sitcoms traditionnelles avec ses caméras et son éclairage fixe, permet aux comédiens et le reste de l'équipe de tournage de bien ficeler les gags et dialogues, l'utilisation de caméras mobiles digitales dans les *sitcoms télévisuelles* permet encore plus de figoler les gags même si les dialogues paraissent improvisés par leur instantanéité. D'ailleurs, on parle souvent de l'aspect improvisé des nouvelles séries comiques, mais en ce qui concerne *Arrested Development*, une attention particulière est consacrée au processus d'écriture:

Something about not waiting for the laugh of a laugh track allows you to take lines that otherwise might be seen as just direct jokes, and make them seem realistic... We throw a lot of the jokes away. So it feels improvised, but we really do write these out. We write in the overlaps often. We write in the stutters sometimes, if that's important to a scene. Then, that said, a lot of the people on our cast—Will Arnett, David Cross, and Jason Bateman are really good at adding to the dialogue, and spinning things, and coming up with pieces here and there. But it's a very tightly scripted show, because we're trying to accomplish so much in such a short amount of time. (Mitch Hurwitz dans Robinson 2005)

Comme le mentionne Hurwitz, le fait de sacrifier certaines blagues («We throw a lot of jokes away») permet de maintenir le rythme à travers toute cette «densité comique» (Horton 2000, p. 129)³⁰. En raison de ses neuf (!) personnages principaux, de son

³⁰ Horton utilise ce terme afin de décrire entre autres les comédies de Preston Sturges des années '40 comme *The Lady Eve* (1941) ou *Unfaithfully Yours* (1948) qui sont par moments «essoufflantes».

narrateur et un grand nombre de personnages récurrents comme Barry Zuckerkorn (Henry Winkler), Lucille Austero (Liza Minelli), Oscar (le frère jumeau de George Sr. aussi interprété par Jeffrey Tambor) et Kitty Sanchez (Judy Greer) les épisodes de *Arrested Development* sont remplis de gags et d'histoires qui s'entrecroisent. D'où cette possible confusion chez les téléspectateurs qui se perdent parmi tous ces sous entendus, allusions et les interventions du narrateur.

3.3 Sitcom télé-visuelle

Les *sitcoms télévisuelles* expérimentent avec la forme à plusieurs niveaux. Les créateurs de *Arrested Development* s'en donnent à cœur joie empruntant des genres télévisuels divers et profitant des possibilités du médium. La télé-réalité bien-sûr, mais aussi la présence constante des bulletins de nouvelles (le *FOX 6 News* avec John F. Beard), d'images tirées de caméras de surveillance, placement de produit (comme *Burger King* dans l'épisode «Motherboy XXX»), images filmées avec une caméra en mode vision nocturne, la pixellisation pour censurer les seins de Kitty sont quelques exemples qui témoignent de l'usurpation de différents modes de production (tournage) qui lui sont contemporains. Ceci met de l'avant l'hybridité (ou plutôt, l'exhibitionnisme) de son style. On retrouve donc dans cette série, une multitude de façons *télé-visuelles* de faire rire le téléspectateur.

3.3.1 Jeux d'interprétation

Henri Bergson, dans son ouvrage *Le rire*, en abordant le comique de situation parle de l'effet comique qu'est l'*interférence des séries* : « Une situation est toujours comique

quand elle appartient en même temps à deux séries d'événements absolument indépendantes, et qu'elle peut s'interpréter à la fois dans deux sens tout différents » (1940, p. 73-74). Il ajoute qu'à ce sujet, on pense bien sûr au *quiproquo* : « une situation qui présente en même temps deux sens différents, l'un simplement possible, celui que les acteurs lui prêtent, l'autre réel, celui que le public lui donne » (p. 74). Ce type de gag n'est certainement pas exclusif à notre objet d'étude et à la télévision puisque déjà utilisé au théâtre et au vaudeville (voir Bergson et Bornecque) et raffiné dès les débuts du cinéma par les Keaton, Chaplin et Lloyd (à ce sujet, consultez la minutieuse analyse *Comedy Incarnate : Buster Keaton, Physical Humor and Bodily Coping* de Noël Carroll). Dans les sitcoms en général, il y a prépondérance du dialogue au lieu de l'action et de l'humour physique et à ce niveau, *Arrested Development* ne fait pas exception : «no one would ever mistake a sitcom for a Buster Keaton comedy» (Butler 2010, p. 191).

L'épisode «Shock and Aww» (Saison 1-Épisode 14) offre un exemple de *quiproquo* alors que Lupe, l'employée de maison latino-américaine de Lucille pense que Buster lui adresse la parole. En fait, il réfléchit à haute voix à propos de son frère Annyong, un jeune coréen (dont il est jaloux) adopté par sa mère :

Narrateur: That night, Buster came home to an empty apartment.
[Buster aperçoit une note sur le comptoir de la cuisine et un contenant de fromage cottage--I'm taking Annyong to the dance. This is your dinner...--]

Buster: So, it's off with Mother now.

Narrateur: In fact, Lucille was just giving Annyong and Maeby a ride.

Buster: [Se croyant seul, à voix haute, il s'adresse à Annyong] You're trying to steal from the wrong man.

[On aperçoit en arrière plan Lupe] Watch your back, my little immigrant friend!

[Lupe sort un objet de sa sacoche et le dépose sur une table].

Deux interprétations possibles dans cette scène. Le point de vue de Buster et celui de Lupe. L'effet comique est créé par la mise en scène qui fait en sorte que le téléspectateur est témoin des deux sens différents (une telle profondeur de champ ne serait pas possible dans une sitcom traditionnelle). En plus de ce procédé, les créateurs utilisent toute sorte d'astuces visuelles autrefois impossibles avec le style rigide à trois caméras et la présence d'un public. L'épisode, « Bringing Up Buster » (Saison 1-Épisode 3), est particulièrement intéressant à analyser.

Si le titre de cet épisode est un clin d'œil évident au titre du film de Howard Hawks *Bringing Up Baby* (1938), il est clair que les scènes impliquant Buster dans cet épisode sont aussi un hommage aux *quiproquos* qui abondent dans les comédies *screwball* des années trente. Pensons au moment où, dans ce film de Hawks, suite à une dispute, David Huxley (Cary Grant) pose accidentellement le pied sur la robe de Susan (Katharine Hepburn). Huxley remarque que la robe s'est déchirée, mais Susan ne s'en rend pas compte. Voulant cacher la chose, Huxley pousse doucement Susan contre une colonne afin d'éviter qu'elle expose son derrière dévoilé devant une salle de réception remplie. Elle interprète cependant ce geste différemment, croyant qu'il veut toujours régler leur discorde. Nous remarquons ici le jeu d'interprétation entre le point de vue de Huxley, de Susan, mais aussi celui du spectateur. L'alternative d'interprétations antagoniques provoque le rire.

Est-ce la même chose dans l'épisode de *Arrested Development*? Il est important de noter qu'à plusieurs reprises au cours de la série on rappelle aux spectateurs que Buster a fréquenté la Milford Academy « where children could not be heard nor seen » et souvent

laissé pour compte ou ignoré. Ainsi, lorsque Buster et Michael visitent leur père en prison :

George Sr.: Michael, you can't make the same mistake your mom made with Buster.

Michael: Yeah boy. What happened there?

George Sr.: I really don't know. Maybe it's the 11 months he spent in the womb. The Doctor said there were claw marks on the wall of her uterus... but he was her miracle baby. And I-I was just too burnt out on raising you guys to care. So... he turned out a little soft, you know...

[la caméra recule tranquillement et laisse entrevoir Buster qui baille, assis aux côtés de Michael et George Sr.]

George Sr.: A little doughy. [Buster baille encore plus fort] I don't know, maybe it was my fault. Maybe, uh, maybe I just ignored the guy.

Buster: Wow. We're just blowing through nap time, aren't we?

Il y a interprétation antagonique, mais différemment. Michael et George Sr. savent que Buster est à leur côté, mais pas le téléspectateur. C'est au moment où la caméra recule que le gag fonctionne. L'interprétation antagonique vient du fait que le téléspectateur est témoin, suite au mouvement de la caméra, que George Sr. a des propos désobligeants envers son fils Buster qui est à ses côtés, mais aussi que Buster agit comme s'il n'avait absolument rien entendu. Pratiquement toutes les scènes avec Buster de cet épisode reposent sur ce type de gag. Ce dernier fonctionne pratiquement comme l'humour verbal, alors qu'il culmine avec l'incongruité et la résolution d'une « punchline » (chute). Avec le *quiproquo*, le « sight gag »³¹, il n'est pas nécessaire pour

³¹ « The sight gag is a form of visual humor in which amusement is generated by the play of alternative interpretations projected by the image or image series » (Carroll 2006, p. 26).

le spectateur d'attendre la chute de la blague verbale pour constater le jeu d'interprétation.

3.3.2 Renchérir avec l'image

Jeremy G. Butler, s'inspirant de la *télévisualité* de Caldwell, propose une intéressante distinction entre les sitcoms traditionnelles et leur mode de production par rapport à celui des *sitcoms télévisuelles* :

[One] organized to capture live performance and one [...] to allow the *medium itself to perform*. [...] style is aggressive, roughened, and opaque, not smooth and transparent. It carries meaning. It makes jokes. It might call attention to itself. (2010, p. 197).

Rien de plus vrai en ce qui concerne la série *Arrested Development*. Comme je l'ai mentionné plus haut, le *style est au service de la création de l'humour*. Un exemple marquant du médium qui offre une performance est lorsque Tobias parle de son passé en tant que médecin (ici je vais utiliser les expressions anglaises pour être au service du gag) : *analyst* et *therapist*. Rien de plus banal. Mais lorsque la carte d'affaire de ce dernier est montrée à l'écran (voir fig. 2), le téléspectateur ne peut que se rendre compte que l'image est un renfort de l'humour. L'image ne laisse aucune place à la subtilité.

ILLUSTRATION RETIRÉE

Fig. 2 : Carte d'affaire de Tobias Fünke. Tirée de la Saison 3-Épisode 3 (03:24) de *Arrested Development* (2005)
©Twentieth Century Fox Home Entertainment/Imagine Television

Un autre exemple, encore en référence au passé d'analyste et thérapeute de Tobias Fünke, la couverture de son livre est montrée (voir fig. 3). Fidèle au personnage, il s'agit encore d'une allusion à l'homosexualité refoulée de celui-ci. La première fois qu'est aperçue la couverture de *The Man Inside Me* est dans l'épisode «Let 'Em Eat Cake» (Saison 1-Épisode 22) :

Narrateur: And Tobias was having his first book reading

Tobias : And, for the ease of the reader I have change all the gender-related pronouns-“he”, “She” to the masculine “he”. *The Man Inside Me* for Lindsay, my Rock. I couldn't have done it without him.

Narrateur: And Lindsay arrived to support her husband.

Tobias: [terminant sa lecture] ...for there's a man inside me, and only when he's finally out, can I walk free of pain.

Le dessin de la couverture qui montre une silhouette derrière un Tobias nu est évocateur en soi. Bien sûr, cette dernière phrase mentionnée par Tobias accentue l'ambiguïté du personnage. Les exemples de la sorte, où les créateurs renchérissent visuellement sont nombreux et sont rendus monnaie courante dans les sitcoms télévisuelles. Bien sûr, il ne s'agit pas seulement d'images ponctuelles, mais aussi de séquences entières, des mentions au bas de l'écran (lorsque Gob tente d'avaler une clé qui lui permettra de s'évader de prison, l'inscription apparaît : «Professional magician. Do

not Attempt») qui servent à créer l'environnement comique particulier et histrionique d'une série comme *Arrested Development*.

ILLUSTRATION RETIRÉE

Fig. 3 : Le livre *The Man Inside Me* que Tobias aperçoit dans une vitrine : Saison 1-Épisode 22 (07:45) de *Arrested Development* (2005) © Twentieth Century Fox Home Entertainment/Imagine Television

3.4 La pilule de la mémoire

Dans l'épisode « Forget-Me-Now » (Saison 3-Épisode 3) Gob tente à quelques reprises de faire avaler aux autres une pilule de Flunitrazepam, un « roofie » : « They're pills that create a sort of temporary forgettingness. So if somebody finds out how you do a trick, you just give 'em one of these, and they forget the whole thing. It's a mainstay of the magician's toolkit, like how clowns always have a rag soaked in ether ». Gob veut que les gens « oublient » mais à l'inverse, les créateurs de la série veulent que les téléspectateurs se souviennent. Plusieurs gags dans *Arrested Development* ne font pas de sens sans avoir préalablement une connaissance des épisodes passés (et parfois les épisodes qui n'ont pas encore eu lieu). Ceci est en lien direct avec les nouveaux modes de création des *sitcoms télévisuelles* qui comme pour le style visuel, imposent aux téléspectateurs une nouvelle façon d'apprécier les séries :

[N]arrative complexity suggests that a new paradigm of television storytelling has emerged over the past two decades, with a reconceptualization of the boundary between episodic and serial forms, a heightened degree of self-consciousness in storytelling mechanics, and demands for intensified viewer engagement focused on both diegetic pleasures and formal awareness (Mittell 2006, p. 39).

Comme je le mentionnais dans le premier chapitre, regarder distraitement la télévision est encore commun, mais avec une série comme *Arrested Development*, il faut être attentif afin de saisir une multitude de gags qui passeraient inaperçus. L'édition de la série en format DVD est grandement favorable à l'expérience du téléspectateur, au *fan*, qui va visionner à plusieurs reprises différents épisodes et du coup s'emparer de toutes les coïncidences dans les «intrigues», les allusions et les *callbacks* (ou gags récurrents). Une sorte d'entraînement cognitif pour les spectateurs.

En télévision, le terme *callback* indique un gag ou événement qui se réfère à un épisode précédent (qu'il ne faut pas confondre avec de la simple continuité ou running gag). Dans les sitcoms traditionnelles, ce type de gag est plutôt rare puisque plus souvent qu'autrement, on encourage les téléspectateurs à oublier plusieurs événements des épisodes passés. Du coup chaque nouvel épisode commence comme les précédents d'où cette « amnesia of sitcom memory » (Gray 2006, p.50). En effet, un éternel processus de «destabilization-restabilization» empêche l'élaboration d'une «continuous internal “mythology” and hermeneutic for the series as a whole » (Neale et Krutnik 1990, p. 235). Aussi, les diffuseurs tentaient d'éviter ce type de gags puisque ces derniers avaient tendance à isoler le téléspectateur qui ne connaît pas la série. C'est sans aucun doute ce qui s'est produit avec *Arrested Development* (nous le verrons dans la section suivante) qui selon certains, abuse des blagues internes (*inside jokes*). Comme si ce n'était pas

assez, les créateurs de la série utilisent également des *call-forwards*, c'est-à-dire des éléments de l'intrigue qui sont anticipés, présagés de manière subtile. Un exemple évocateur se retrouve dans l'épisode «Out on a Limb» (Saison 2-Épisode 11) où on anticipe le sort de Buster qui sera «attaqué» par un phoque (seal) dans l'océan et perdra une main. Plus tôt dans l'épisode, Buster est assis sur un banc d'autobus sur lequel on peut lire «ARM OFF». En fait, l'inscription est «ARMY SUPPLY OFFICIAL», mais Buster cache certaines lettres. Toutes ces astuces et clins d'œil encouragent le téléspectateur fidèle à ressentir une certaine familiarité avec la série et l'«[o]perational reflexivity invites [the viewer] to care about the storyworld while simultaneously appreciating its construction» (Mittell 2006, p. 35).

Au lieu d'être ce téléspectateur passif et indifférencié d'autrefois, les mordus de la série y sont engagés activement. Le comique «has always depended on a special relationship between creator and viewer/reader, a bond described as “a state of *conspiratorial irony*” [in all comic work]» (Horton 1991, p. 9)³². Rien de plus représentatif que l'épisode «S.O.B.s» de *Arrested Development* qui nécessite une panoplie de connaissances préalables de la part du spectateur afin de déchiffrer le tout.

³² Dans un ouvrage portant sur le théâtre de l'auteur comique grec Aristophane, Kenneth McLeish utilise l'expression «conspiratorial irony» pour souligner l'importance de l'expérience préalable du spectateur de théâtre et le comédien qui est conscient de la présence du spectateur, d'où les nombreux apartés (1980, p. 13-18).

3.5 Le cas « S.O.B.s » et l'*hyper-référentialité*

« Arrested Development proved to be too narrow a hit for the original-run distribution possibilities of its time. »

-Amanda Lotz, *The Television will be Revolutionized*

L'épisode «S.O.B.s» (Saison 3—Épisode 9) est en quelque sorte un plaidoyer envers les spectateurs et les diffuseurs afin de sauvegarder l'émission qui en est à ses derniers milles. La densité de références et allusions est frappante. Il serait pratiquement impossible de tout saisir lors d'un visionnement classique (Butler), sans possibilités de manipuler le visionnement (reculer/arrêter) comme le permet la lecture sur support DVD ou sur un ordinateur. Voyons en détail de quoi il s'agit.

Il y a plusieurs exemples cinématographiques ou de programmes télévisés qui témoignent des difficultés entourant la création, le financement d'un film ou d'une émission de télévision. Dans la plupart des cas, il s'agit d'une mise en abyme classique, c'est-à-dire un film ou une émission sur la production d'un autre film ou émission. Au cinéma, pensons au fameux film de François Truffaut *La nuit américaine* (1973) ou la succulente comédie de Tom DiCillo *Living in Oblivion* (1995). À la télévision, on peut également apercevoir les dessous de la production télévisuelle avec de récentes sitcoms comme *30 Rock* et *Extras*. Dans les deux cas, on ne se limite pas qu'aux déboires du tournage des émissions, mais surtout aux aléas de la production, de l'écriture, bref, ce qui englobe l'ensemble de la confection d'une émission télévisée. Dans *30 Rock*, Liz Lemon (Tina Fey) doit gérer son équipe d'écrivains pour une émission à sketch (*TGS with Tracy*

Jordan) et endurer des acteurs excentriques et un cadre du réseau NBC (Alec Baldwin). En ce qui concerne *Extras*, l'acteur sans boulot Andy Millman (Ricky Gervais) lassé de faire des rôles de figuration, écrit en plus d'être l'interprète principal de *When the Whistle Blows*, une sitcom à saveur classique pour la BBC1 (rire en boîte, filmé devant public, humour sans prétention intellectuelle, basé entre-autres sur la *catchphrase*-la formule « Are you havin' a laugh? »). Ayant finalement l'attention qu'il désire, il est rapidement dégoûté par ce qu'il fait, insatisfait du rendu final de la comédie qu'il a créée. Tout ceci reste tout de même une *émission dans l'émission*. Si, par exemple, la production de la sitcom fictive *When the Whistle Blows* a des problèmes avec ses diffuseurs et producteurs, cela reste dans un contexte fictif et sans lien avec le sort de *Extras*.

Tel n'est pas le cas pour *Arrested Development* qui met à jour, parfois subtilement et d'autres fois explicitement, les problèmes concernant la destinée réelle de la série. Malgré les nombreuses nominations pour les Emmys³³, le succès critique³⁴, l'émission a toujours souffert au niveau des cotes d'écoute. Résultat entre autres, de ce qu'Amanda Lotz avance: « *Arrested Development* illustrates the situation of comedy with too niche a tone to succeed on a Big Four Network » (2007, p. 232). Les goûts humoristiques varient au fil des années et depuis le début des années 2000, sont de plus en plus diverse. S'ajoute à cela la multiplication des plateformes et choix disponibles (la chaîne câblée américaine Comedy Central avec des émissions comme *South Park*, *The Daily Show*,

³³ Prix qui récompensent chaque année les meilleures émissions et les meilleurs artisans de la télévision américaine. Pour sa première saison, *Arrested Development* remporte cinq Emmys sur sept nominations.

³⁴ En 2005 par exemple, la série figure parmi la plupart des top dix de fin d'année de la presse américaine (Web, imprimé ou télé) : *Village Voice*, *USA Today*, *Popmatters*, *Entertainment Weekly*, *New York Daily News*, *Pittsburgh Post Gazette*, *San Francisco Chronicles*. Pour une liste complète, voir entres autres (en ligne): « Metacritic's complete Best of 2005 TV Coverage: Critic Top Ten Lists »: <http://www.metacritic.com/tv/bests/2005/>

Chappelle's Show offre d'ailleurs une panoplie d'émissions aux styles humoristiques allant de l'humour grossier, de la parodie de talk-shows et bulletin de nouvelles, comédie à sketches,...). Le public qui n'apprécie pas un type d'humour va tout simplement aller voir ailleurs puisqu'il a justement la possibilité de sélectionner à travers une myriade d'options (Youtube, téléchargements de l'émission désirée). Donc attirer un large auditoire dans ce nouveau contexte peut paraître illusoire. Malgré les tentatives du réseau FOX de jongler avec la plage horaire de la série afin de dénicher un plus grand nombre de téléspectateurs, la deuxième saison est déjà écourtée de quatre épisodes (passant de vingt-deux épisodes à dix-huit). D'ailleurs, face à cette réduction du contenu, les créateurs de la série ont pris un malin plaisir à inclure, dans l'épisode « *Sword of Destiny* » (Saison 2-Épisode 15), une référence à ces premières coupures de la FOX³⁵ alors que Michael discute d'une réduction d'un contrat immobilier qui passe de vingt-deux à dix-huit maisons. Petit clin d'œil qui passe inaperçu pour le téléspectateur qui n'est pas au courant des développements de la production de la série. En fait, la plupart des téléspectateurs sont généralement distraits, ne sont pas des *fans* ou des spectateurs attentifs. Mais comme mentionné en début de texte, dans un contexte d'*expansion* et de débordement (*overflow*) de l'industrie et des pratiques liées à la consommation télévisuelle de l'ère post-network, le téléspectateur dévoué, qui s'informe sur Internet de façon quotidienne ou hebdomadaire des développements de ses séries télévisées favorites, peut saisir les gags.

³⁵ En fait, c'est pour y réinstaurer la comédie *Family Guy*. Dans le même épisode on parodie encore la situation alors que le site Internet du magicien Tony Wonder (interprété par Ben Stiller) ne cesse d'avoir des *popup advertisements* de *Family Guy*. Ceci fait aussi référence aux publicités qui jaillissent au bas de l'écran (bannières de toutes sortes) lors de la diffusion d'émissions sur le réseau FOX.

C'est également le cas dans l'épisode « S.O.B.s » (Saison 3-Épisode 9) qui signifie en fait « Save Our Bluths », où on pousse au paroxysme les références qui font allusion à la situation précaire de la série. Cet épisode confirme à quel point la série est *télévisuellement* dense (Thompson 2007, p. 71). Nous ne sommes plus dans la simple *autoréférentialité*, où les créateurs utilisent de façon ironique divers clichés associés à la sitcom, mais à un degré beaucoup plus élevé, une certaine *hyper-référentialité*. Non seulement le téléspectateur doit connaître le déroulement narratif de la série, son éventuelle annulation, il doit aussi être au courant de l'industrie des grands réseaux, des chaînes câblée payantes, de la culture populaire télévisuelle et cinématographique, et autres. En fait, de façon auto-dérisoire, les créateurs de la série ont transposé en images et en paroles le sort de la série *Arrested Development* en le comparant avec celui de la compagnie immobilière des Bluths et ses déboires avec la justice. La famille organise donc un souper bénéfice afin de sécuriser des fonds pour leur défense judiciaire. Pareillement, les créateurs de l'épisode utilisent toutes sortes de stratagèmes afin de sécuriser un auditoire :

George, Sr.: Instead of us all selling out and becoming housewives and waiters, why don't we have a big event? Some sort of "Save Our Bluths" type thing.

[Le site Internet www.saveourbluths.org apparaît au bas de l'écran]

George, Sr.: We'll throw a legal defence fund dinner. Ask for donations.

Lucille: As long as we don't look desperate. We want them to think we'll take their help, but we don't need it. I should be seen a lot at the club.

Michael: Yeah, our backs are against the wall, and it's hard to accept that it's really come to begging.

George, Sr.: Sometimes it's the only way to stay in the game.

Narrateur: *Please tell your friends about this show.*

Ce dernier commentaire est hautement réflexif. Le narrateur doit se résoudre, comme l'ont mentionné Michael et George Sr., à supplier les téléspectateurs de faire la promotion de l'émission. Approche qui est sans aucun doute inhabituelle, mais Ron Howard, étant aussi le producteur exécutif de la série, ne peut-il pas se permettre une intrusion en tant que promoteur de son produit? Comme le mentionne Cavell, «[u]n des traits frappants de ces exemples autoréférentiels est que leur effet est comique [...] le comique naît d'abord d'une transgression des conditions [...] conventionnelles» (1988, p. 171).

En plus, l'adresse Internet www.saveourbluths.org, qui apparaît au bas de l'écran est d'autant plus révélatrice de la précarité de la destinée de *Arrested Development*. Cette adresse fait référence à un vrai site que les *fans* ont créé (www.saveourbluths.com) après les premières coupures subies lors de la deuxième saison. Ce site insistait aussi auprès du réseau FOX pour le renouvellement d'une troisième saison et une meilleure promotion de la série. Les stratagèmes se poursuivent vers la fin de l'épisode, alors que Lucille, en état de panique, rejoint Michael au téléphone pour lui annoncer que la préparation du souper bénéfice tourne au vinaigre, le narrateur/producteur réitère son plaidoyer : « Now that's a clear cut situation with promise of comedy... Tell your friends ». Afin de renchérir visuellement et du coup pousser le comique de la situation ou plutôt l'«effet téléthon» à son apogée, le téléspectateur aperçoit la tête de Lucille positionnée entre les deux symboles « \$ » formant du coup le code de détresse SOS. (fig. 4).

ILLUSTRATION RETIRÉE

Fig. 4 : Lucille en état de panique et l'inscription SOS.
Tiré de la Saison 3-Épisode 9 (17:04) de *Arrested Development* (2006)
© Twentieth Century Fox Home Entertainment/Imagine Television

Comme je l'ai mentionné plus haut, l'image complète le gag. Encore plus grotesque est le fait qu'à deux reprises, il y a le passage au 3-D alors qu'au bas de l'écran, apparaît «put 3-D glasses now» et les images deviennent par la suite des anaglyphes (perceptible avec des lunettes bicolorées—rouge et cyan). Ces deux moments sont totalement déconnectés de la narration et ne servent qu'à ironiser l'utilisation d'effets afin d'attirer de nouveaux téléspectateurs. À cela s'ajoute une multitude d'éléments qui ont un double sens comme lorsque George Sr. affirme «Well, I don't think the Home Builders Organization is going to be supporting us.» et «Well, I guess it's show-time for us» qui font allusion aux chaînes câblées HBO et Showtime, les deux supposément prétendantes à récupérer la série à l'époque. Encore une fois, cet épisode témoigne de la densité des procédés utilisés par les créateurs afin de créer un environnement comique.

Malgré le fait que la série soit vraiment en difficulté, tout au long de l'épisode, les créateurs d'*Arrested Development* se moquent des « coups de publicités » souvent employés par les diffuseurs afin de mousser les taux d'écoute. D'abord, lors de la transmission originale (le 2 janvier 2006), l'épisode débutait avec un «faux aperçu» des grands moments de l'émission qui allait être diffusée (aussi présent dans l'édition en

DVD). Pratique typique du network-era (et qui caractérisait entre autres le *flow* de Raymond Williams), ces aperçus racoleurs (ou bandes-annonces) diffusés sur les grandes chaînes américaines entre deux émissions de grande écoute ont pour fonction de garder le téléspectateur à son poste. Ici, l'annonceur à la voix grave annonce en grande pompe que l'épisode à venir est à voir absolument : « Tonight, an *Arrested Development* you can't miss. A cavalcade of stars. The shocking final moments will be presented Live. And one of these people... will die! ». Autodérision certaine, cette introduction à l'émission est intégrée à l'épisode tout simplement parce que les trois données mentionnées par l'annonceur seront totalement banalisées au cours de l'épisode. Une parodie certaine des aperçus d'émissions comme *24* et *American Idol* présentées sur la même chaîne. Voyons plus en détail la pertinence des trois affirmations de cet énoncé prononcé par l'annonceur de FOX.

Habituellement, lorsqu'il est annoncé qu'une «star» sera à l'affiche d'un épisode particulier (qui ne fait pas partie de la distribution récurrente), cette dernière a habituellement un rôle déterminant dans le déroulement des événements de l'émission. Les sitcoms traditionnelles sont remplies d'exemples et *Arrested Development* ne fait pas exception (Tony Wonder interprété par Ben Stiller ou Charlize Theron qui interprète la simple d'esprit Rita). La «cavalcade of stars» dans l'épisode «S.O.B.s» est en fait John F. Beard (qui est le lecteur de bulletin de nouvelles FOX qui apparaît dans plusieurs épisodes), Richard Belzer (qui interprètera le détective Munch, son personnage de *Law & Order*, dans l'épisode « Exit Strategy »), Zach Braff (reprend son rôle Philip Litt aperçu dans l'épisode « Spring Breakout »), John Larroquette, Judge Reinhold (qui interprète une version décalée de lui-même dans « Fakin' It ») et Ben Stiller (reprend son personnage

Tony Wonder). Mais aucun n'a un rôle à proprement parler ou une ligne de dialogue. Enfin, seul la présence d'Andy Richter qui lui, interprète au cours l'épisode, des quintuplés : c'est-à-dire lui-même, Donnie, Rocky, Emmett et Chareth (il s'agit d'une référence directe à une autre sitcom qui n'a pas été retenue par FOX, *The Quintuplets* (2004-2005) dans laquelle Richter avait le rôle principal). Sans dénigrer la prestance de ces personnalités, elles ne font qu'entrer (tel un défilé) dans le penthouse des Bluths mettant une autre fois de l'avant et parodiant ces vaines tentatives de mousser le taux de l'auditoire.

En ce qui a trait au «shocking final moments will be presented Live», il fait parti du traditionnel «On the next *Arrested Development*...» à la fin de tous les épisodes de la série. L'effet «En direct» est mis en avant par un *switching*³⁶ de qualité de l'image qui passe de la haute définition à une image vidéo standard, effet d'hyperréalité qui caractérise l'image :

Narrateur : On the next *Arrested Development*, the Bluth family gets some good news.

Lucille : They're all sending in donations. And you know what the key was? Your speech. It didn't sound desperate.

Michael : Well, I-I guess it really doesn't pay to be desperate.

[la mention *LIVE* apparaît au bas de l'écran]

Lucille : It sure doesn't.

Réalisateur [hors-champ]: And... cut! [Les membres de la distribution célèbrent et se félicitent] Let's not celebrate yet. We've still got the West Coast feed, guys.

³⁶ Cavell, dans son essai « The Fact of Television », parle de *switching* (1988, p. 253), comme mode de passage constant entre le direct et la reprise, entre le cinéma et la vidéo, entre l'analogique et le numérique, entre la publicité et l'émission qui crée cette impression de simultanéité (traduction de S. Mariniello). Le *switching* contribue à l'effet de présence que donne la télévision.

Ceci rappelle la vision (médiatisée) qui a lieu en quasi-simultanéité. Le « We've still got the West Coast feed » implique qu'ils doivent rejouer la scène pour la côte ouest comme d'anciennes émissions tournées en direct.

Le troisième énoncé, celui où l'annonceur prononce «And one of these people... will die» un montage rapide de tous les personnages réguliers de la série (dont la plupart n'apparaissent même pas dans l'épisode) et une vieille dame. Cette affirmation à saveur tragique est rapidement mise au point par le narrateur qui apprend assez tôt au téléspectateur, alors que Gob charme une vieille dame du Country Club et que cette dernière enchaîne avec une remarque raciste:

Gob : If you didn't have adult onset diabetes, I wouldn't mind giving you a little sugar.

Mrs. Van Skoyk : Oh, Gob... you could charm the black off a telegram boy.

Narrateur : *Okay, we'll just tell you now. She's the one who dies.*

À partir de ces courtes descriptions il est donc évident que le faux aperçu n'est qu'un prétexte au gag et non un outil de promotion. Mais plutôt «[a] kind of ludic encyclopedia of winks to those in the know about movies [...], headlines and other television and media events» (Horton 2000, p.131).

Encore une fois, cet épisode témoigne de la densité des procédés utilisés par les créateurs afin de créer un environnement comique. À la manière des émissions de télé-réalité où le téléspectateur est appelé à sauver son candidat favori, le téléspectateur face à

cet épisode est interpellé, de façon ironique, à faire de même. Encore faut-il déchiffrer toutes ces allusions et *blagues internes*!

Conclusion

« Being a cult television fan has never been so easy »

-Jonathan Gray 2008, p. 90

En utilisant entre autres la sitcom télévisuelle *Arrested Development* comme exemple, il a été possible de démontrer que les changements dans l'industrie télévisuelle ont eu un impact sur l'évolution du genre de la sitcom et son style télévisuel. La sitcom a longtemps été ce modèle de rigidité au niveau de sa forme. Près de cinquante années ont été nécessaires afin de bouleverser son identité. Mais le « passage » à l'ère Post Network a modifié le tout. Au début des années 2000, l'émergence et l'accessibilité des nouvelles commodités telles que les lecteurs et graveurs numériques (DVD, DVR), la vidéo-sur-demande, l'Internet et les téléphones intelligents permettent aux usagers une grande variété d'alternatives. Ce qui a pour conséquence de disperser l'auditoire autrefois indifférencié en différents publics ciblés. En relation avec les propos de Caldwell qui affirme que toutes ces tendances et mutations liées entre elles (bouleversement économique de l'industrie, évolution technologique, le rôle du téléspectateur) engendrent un décalage (shift) dans le mode de présentation visuel de certaines émissions américaines, changement marqué par une emphase stylistique et l'aspect autoréférentiel de celles-ci.

À une période où la télé-réalité et les feuilletons documentaires dominent le paysage télévisuel, les créateurs d'un nouveau type de sitcom s'approprient les conventions génériques de ces formats. Bien-sûr, l'hybridité générique est présente partout en télévision, mais cette juxtaposition de deux genres traditionnellement

incompatibles (la comédie et le documentaire) permet de créer un contenu des plus inédits. Cette dispersion de l'énergie documentaire a des répercussions autant sur le style, la performance des comédiens que l'engagement du téléspectateur. Les sitcoms traditionnelles ayant de moins en moins la cote, un sous genre émerge avec un style distinctif. Avec des séries comme *The Office*, *Curb Your Enthusiasm*, *30 Rock*, *Scrubs* ou *Arrested Development* il semble approprié, à l'instar de Caldwell (1995), Mills (2004) et Butler (2010) d'aborder la sitcom en tant que *sitcom télévisuelle*. Plus que toutes les autres, *Arrested Development* met à profit l'exubérance de son style au service de la création de l'humour. *Arrested Development* est reconnue par la présence de son narrateur Ron Howard, mais ce dernier n'est qu'un élément parmi tant d'autres qui motive l'humour de la série. Qu'il s'agisse de l'utilisation minutieuse du «bip» sonore, de l'insert d'une multitude d'images, de flashbacks afin d'appuyer ou d'humilier les faits et gestes des personnages, la série reste un modèle où le médium télévisuel s'offre en performance. Cette autoréférentialité, voire hyper-référentialité est parfaite pour les nouveaux types de visionnement offerts aux téléspectateurs. Le support DVD, comme l'enregistreur numérique permet de réécouter les émissions, saisir les gags passés inaperçus. Ce type d'émission encourage donc les téléspectateurs à s'engager activement et offre un plaisir et des récompenses qu'une sitcom traditionnelle et rigide n'offrirait pratiquement pas, du moins pas au même niveau.

Les transformations technologiques qui au départ n'étaient pas en lien avec la télévision, ont aussi des impacts sur la création d'émissions de télévision. L'ubiquité de

l'Internet par exemple, permet aux *fans*³⁷ de former un «communauté intelligente» (*collective intelligence*) pour le partage d'informations, interprétations, discussions qui incitent l'engagement participatoire (Mittell 2006, p. 31). Tel est le cas pour de plus en plus de séries qui accèdent au statut de «série culte». Enfin, il faut nuancer ici, mais *Arrested Development*, malgré les mauvaises cotes d'écoute a réussi à bâtir un réseau impressionnant de *fans* post-diffusion³⁸. Le contexte précaire de la comédie à la télévision au début des années 2000 avec la compétitivité engendrée par le *narrowcasting* a prématurément mené *Arrested Development* à sa perte. Comme le mentionne Amanda Lotz, dans des dispositions plus idéales le résultat aurait pu être différent :

In a *truly* post network era of all non-linear content in which viewers deliberately select programs and the intensity of feelings for a show characteristic of cult hits creates greater economic value, a series like this one would be more likely to succeed. Yet *Arrested Development* cultivated its loyal fans through “free” viewing on FOX and how to create initial support for new series remains an uncertain component of such a non-linear and transactional economic system. (2007, p. 234)

En effet, bien que de nombreuses personnes téléchargent illégalement des épisodes, la réalité veut que dans des conditions de visionnement asynchrone sur-demande, il faut s'abonner (HBO; Showtime) ou acheter (DVD, iTunes) le contenu télévisuel. Le modèle économique de l'industrie s'en trouve tout de même déstabilisé. Mais en cette ère de l'incertitude (Ellis 2000) de l'industrie télévisuelle, ceux qui en profitent sont les téléspectateurs. Ceux-ci bénéficient des nouveaux modes de distribution qui offrent davantage de choix.

³⁷ Les fans sont identifiés par leur intérêt partagé pour une série, une célébrité, un film, une équipe sportive, etc. «Fans use intertextual cues, such as previous story lines and their understandings of the world, to help construct the meaning of their favourite text (Andrea MacDonald citée dans McGrath 1998, p. 177).

³⁸ À ce jour, le groupe Facebook créé par des utilisateurs, a plus de 605 000 adeptes.

Comme je l'ai déjà mentionné, les téléspectateurs sont de plus en plus passionnés par différentes séries «using these shows as the basis for robust fan cultures and active feedback to the television industry (especially when their programs are in jeopardy of cancellation)» (Mittell 2006, p. 32). Le SaveOurBluths.org est un exemple, mais le site Internet the-op.com (qui s'intitule «The o.p.: Balboa Observer-Pycayune Your Hometown Paper and *Arrested Development* Fansite») est en soi assez exceptionnel mais représentatif de cette nouvelle tendance participatoire. Une vraie bible, ce site retranscrit entre autres, (presque) fidèlement tous les dialogues de la série, accompagnés de multiples références, forums de discussion, quiz et galeries d'images : «Every conceivable reference has been scrutinized and extrapolated in many different directions as the fans watch [the episodes] again and again, searching for new information that can feed their fascination for the [series]» (Jenkins 1992, p. 74). Avec une comédie dense et complexe comme *Arrested Development* un tel outil semble désormais indispensable à la compréhension globale d'une telle série. Aussi, il y a les créateurs qui s'en mêlent et sont responsables de l'expansion du monde de la série. À la toute fin du dernier épisode de *Arrested Development* (intitulé «Development Arrested»), lors de l'épilogue (habituellement les épisodes se terminent avec «On the next *Arrested Development*...»), Maeby qui s'est auparavant dénichée, malgré elle, un poste en tant que cadre d'un studio, approche une star d'Hollywood afin de présenter un projet de série télévisée. Cette personnalité d'Hollywood est Ron Howard (narrateur-producteur exécutif de la série et à la tête de Imagine Entertainment) et celui-ci répond qu'une série télé n'est pas envisageable... mais un film par contre? Ceci va enclencher une série de rumeurs et discussions sur la sortie d'un éventuel film afin de définitivement boucler la série. Du

coup, les blogueurs enrichissent le mythe en s'intéressant au scénario (proposant des synopsis), au casting, l'identité du réalisateur et autres instances de l'imminente production du film³⁹. Le téléspectateur deviendra-t-il une instance déterminante lorsque viendra le temps de réaliser le film? On sait que plusieurs créateurs se servent des commentaires et réactions (*feedback*) des amateurs afin de développer l'univers d'une série au goût de ces derniers (la série *Lost*). Ceci est capital lorsqu'on parle d'auditoire en termes de *niche* au lieu de *masse*. D'ailleurs Fiske affirme que les fans «provid[e] valuable free feedback on market trend and preference» (cité dans McGrath 2008, p. 178). Indépendamment du fait qu'on l'écoute en rafale, sur DVD, chaque semaine, joue au jeu vidéo, lisant les blogues, les spoilers, les forums de discussions, les critiques et analyses, « [t]elevision as truly overflowed, expanding and diversifying to a point where even a single show such as [*Arrested Development*] has become different entities to different viewers, perhaps better defined for some viewers as an “experience” rather than a “show” » (Gray 2008, p. 100).

³⁹Bien que le scénario et le casting ne soient toujours pas complétés, imdb.com annonce une sortie en 2011.

Bibliographie:

Aubry, Danielle. 2000. « Le roman-feuilleton et la série télévisée. Pour une rhétorique de la sérialité ». Thèse de doctorat, Montréal, Université de Montréal.

Bergson, Henri. 2002. *Le Rire : essai sur la signification du comique*. Paris : Quadrige/Puf.

Bignell, Jonathan. 2007. « Seeing and Knowing: Reflexivity and Quality ». Dans Janet McCabe et Kim Akass (dir.), *Quality TV: Contemporary American Television and Beyond*, p. 158-170. Londres: I.B. Tauris.

Bordwell, David et Kristin Thompson. 1994. *Film History: An Introduction*. New York: McGraw-Hill.

Bornecque, Pierre. 1995. *Les procédés comiques au théâtre*. Paris: Les éditions du Panthéon.

Brooks, Tim et Earl Marsh. 2007. *The Complete Directory to Prime Time Network and Cable TV Shows, 1946-Present*. 9e éd. New York: Ballantine Books.

Butler, Jeremy G.. 2010. *Television Style*. New York: Routledge.

Butsch, Richard. 2005. « Five Decades and Three Hundred Sitcoms about Class and Gender ». Dans Gary R. Edgerton et Brian G. Rose (dir.), *Thinking Outside the Box: A Contemporary Television Genre Reader*, p.111-135. Lexington: The University Press of Kentucky.

Caldwell, John Thornton. 1995. *Televisuality : Style, Crisis, and Authority in American Television*. New Brunswick: Rutgers University Press.

Caldwell, John Thornton. 2002. « Prime-Time Fiction Theorizes the Docu-Real ». Dans James Friedman (dir.), *Reality Squared: Televisual Discourse on the Real*, p. 259-292. New Brunswick: Rutgers University Press.

Carroll, Noël. 1996. *Theorizing the moving image*. Cambridge/New York: Cambridge University Press.

Casetti, Francesco et Roger Odin. 1990. « De la paléo- à la néo-télévision. Approche sémio-pragmatique ». *Communications*, n° 51, p. 9-24. Paris: Seuil.

Cavell, Stanley. 1993. *À la recherche du bonheur: Hollywood et la comédie du remariage*. Paris : Éditions de l'Étoile/Cahiers du Cinéma.

Cavell, Stanley. 1988. « The Fact of Television ». Dans *Themes Out of School. Effects and Causes*, p.235-268. Chicago: The University Press of Chicago.

Cavell, Stanley. [1979] 1999. *La projection du monde. Réflexions sur l'ontologie du cinéma*. Paris : Belin.

Chion, Michel. 1982. *La voix au cinéma*. Paris : Cahiers du cinéma; Éditions de l'étoile.

Corner, John. 2002. « Performing the Real: Documentary Diversions ». *Television & Media*, vol. 3, n° 3, p. 255-269.

Corner, John. 1996. *The art of record: A critical introduction to documentary*. Manchester: Manchester University Press.

Delavaud, Gilles. 2005. *L'art de la television. Histoire et esthétique de la dramatique télévisée (1950-1965)*. Bruxelles : de Boeck.

Durgnat, Raymond. 1969. *The crazy mirror: Hollywood comedy and the American image*. Londres: Faber and Faber Limited.

Eco, Umberto. 1985. *Lector in fabula: le rôle du lecteur*. Paris : Grasset.

Ehrenberg, Alain. 1995. *L'individu incertain*. Paris: Calmann-Lévy.

Ellis, John. 2000. *Seeing Things: Television in the Age of Uncertainty*. Londres: I.B. Tauris.

Gray, Jonathan. 2006. *Watching with the Simpsons: Television, Parody, and Intertextuality*. New York: Routledge.

Gray, Jonathan. 2008. *Television Entertainment*. New York: Routledge.

Harris, Richard Jackson. 2004. *A Cognitive Psychology of Mass Communication*. 4e éd. Londres: Lawrence Erlbaum Associates.

Hoffman, Eric et Gary Rudoren. 2007. *Comedy by the numbers: The 169 secrets of humor and popularity*. San Francisco: McSweeney's Book.

Horton, Andrew S. 1991. *Comedy/Cinema/Theory*. Berkeley: University of California Press.

Horton, Andrew. 2000. *Laughing out loud: Writing the comedy-centered screenplay*. Berkeley: University of California Press.

- Jenkins, Henry. 1992. *Textual Poachers: Television Fans and Participatory Culture*.
- Jenkins, Henry. 2006. *Fans, Gamers, and Bloggers: Exploring Participatory Culture*.
- Jancovich, Mark et James Lyon. 2003. *Quality Popular Television: Cult TV, the Industry, and Fans*. Londres: British Film Institute.
- Jost, François. 2001. *La télévision du quotidien. Entre réalité et fiction*. Bruxelles : De Boeck.
- Jost, François. 2002. *L'empire du loft*. Paris : La Dispute.
- King, Geoff. 2002. *Film comedy*. Londres: Wallflower Press.
- Klinger, Barbara. 2006. *Beyond the Multiplex: Cinema, New Technologies, and the Home*. Berkeley: University of California Press.
- Kompare, Dereck. 2005. *Rerun Nation: How Repeats Invented American Television*. New York: Routledge.
- Leverette, Marc. 2008. « Cocksucker, Motherfucker, Tits ». Dans Marc Leverette, Brian L. Ott et Cara Louise Buckley (dir.), *It's Not TV: Watching HBO in the Post Television Era*, p. 123-151. New York: Routledge.
- Lotz, Amanda D. 2007. *The Television Will Be Revolutionized*. New York: New York University Press.
- MacDonald, Andrea. 1998. « Uncertain Utopia: Science Fiction Media Fandom & Computer mediated Communication ». Dans C. Harris et A. Alexander (dir.), *Theorizing Fandom: Fans, Subculture and Identity*. p. 135-135. Cresskill: Hampton Press.
- Marc, David. [1989] 1997. *Comic visions: Television comedy and American culture*. 2e éd. Malden: Blackwell Publishers.
- Mast, Gerald. 1979. *The comic mind: Comedy and the movies*. 2^e éd. Chicago: University of Chicago Press.
- McCabe, Janet et Kim Akass. 2007. « Sex, Swearing and Respectability: Courting Controversy and Producing Quality TV ». Dans Janet McCabe et Kim Akass (dir.), *Quality TV: Contemporary American Television and Beyond*, p. 62-76. Londres: I.B. Tauris.

- McGrath, Conor. 2007. « K Street: “Raping HBO” or “What HBO is All About” ». Dans Marc Leverette, Brian L. Ott et Cara Louise Buckley (dir.), *It's Not TV: Watching HBO in the Post Television Era*, p. 171-189. New York: Routledge.
- Mcleish, Kenneth. 1980. *The theatre of Aristophanes*. New York: Taplinger Publishing Company.
- Miller, Toby. 2008. « Foreword: It's Television. It's HBO ». Dans Marc Leverette, Brian L. Ott et Cara Louise Buckley (dir.), *It's Not TV: Watching HBO in the Post Television Era*, p.ix-xii. New York: Routledge.
- Mills, Brett. 2004. « Comedy Verité : Contemporary Sitcom Form». *Screen*, n° 45 (printemps), p. 63-78.
- Mills, Brett. 2008. « “Paranoia, paranoia, everybody's coming to get me”: *Peep Show*, sitcom, and the surveillance society ». *Screen*, n° 49 (printemps), p. 51-64.
- Missika, Jean-Louis. 2006. *La fin de la télévision*. Paris : Seuil.
- Mittell, Jason. 2006. « Narrative Complexity in Contemporary American Television ». *The Velvet Light Trap*, n° 58 (automne), p. 29-40.
- Morreale, Joanne (dir.). 2003. *Critiquing the Sitcom: A Reader*. Syracuse: Syracuse University Press.
- Neale, Steve et Frank Krutnik. 1990. *Popular Film and Television Comedy*. New York : Routledge.
- Newcomb, Horace (dir.). 1982. *Television: The critical view*. 3^e éd. New York: Oxford University Press.
- Ott, Brian L.. 2006. *The Small Screen: How Television Equips Us to Live in the Information Age*. Oxford: Blackwell Publishing.
- Pearson, Roberta. 2007. « Lost in Transition: From Post-Network to Post Television ». Dans Janet McCabe et Kim Akass (dir.), *Quality TV: Contemporary American Television and Beyond*, p. 239-256. Londres: I.B. Tauris.
- Plantinga, Carl. 2009. *Moving Viewers. American Film and the Spectator's Experience*. Berkely: University of California Press.
- Palmer, Jerry. 1988. *The logic of the absurd: On film and television comedy*. London: British Film Institute.

- Rogers, M.C., Epstein, M. et Reeves, J.L. 2002. « *The Sopranos* as HBO Brand Equity: The Art of Commerce in the Age of Digital Reproduction ». Dans David Lavery (dir.), *This Thing of Ours: Investigating The Sopranos*. New York: Columbia University Press.
- Rollet, Cyrille. 2006. *La circulation culturelle d'un sitcom américain. Voyage au coeur de Growing Pains*. Paris: L'Harmattan.
- Schulz, Charles M. 2006. *The Complete Peanuts: 1961 to 1962*. Seattle: Fantagraphics Books.
- Spigel, Lynn et Jan Olsson (dir.). 2004. *Television after TV: Essays on a Medium in Transition*. Durham : Duke University Press
- Staiger, Janet. 2000. *Blockbuster TV: Must-See Sitcoms in the Network Era*. New York: New York University Press.
- Thompson, Ethan. 2007. « Comedy Verité? The Observational Documentary Meets the Televisual Sitcom ». *The Velvet Light Trap*, n° 60 (automne). p. 63-72.
- Tueth, Michael V. 2008. *Laughter in the living room: Television comedy and the American audience*. New York: Peter Lang.
- Uricchio, William. 2009. « Télévision: l'institutionnalisation de l'intermédialité ». Dans Mireille Berton et Anne-Katrin Weber (dir.), *La télévision : du téléphonoscope à Youtube*, p. 161-177. Lausanne : Éditions Antipodes.
- Weber, Samuel. 1996. *Mass Mediauras: Form, Technics, Media*. Stanford: Stanford University Press.
- White, Mimi. 2003. « Flows and Other Close Encounters with Television ». Dans Lisa Parks et Shanti Kumar (dir.), *Planet TV. A Global Television Reader*, p. 94-110. New York: New York University Press.
- Williams, Raymond. 1974. *Television: Technology and Cultural Form*. New York: Schocken Books.
- Williamson, Lisa. 2008. « Challenging sitcom conventions: From *The Larry Sanders Show* to *The Comeback* ». Dans Marc Leverette, Brian L. Ott et Cara Louise Buckley (dir.), *It's Not TV: Watching HBO in the Post Television Era*, p. 107-122. New York: Routledge.

En ligne:

Dunleavy, Trisha. 2008. « Hybridity in TV Sitcom: The Case of Comedy Verité ». *Flow TV*, Vol. 9, n° 4. En ligne: <<http://flowtv.org/?p=2244>>.

Poïtras, Diane. 2004. « Le Docusoap: un nouveau genre télévisuel? ». En ligne: <<http://www.ridm.qc.ca/archives/even.f/lundis-20040405.compterendu.html>>

Robinson, Tasha. 2005. «Interview: Focus on Television: Mitchell Hurwitz.». *Onion AV Club*, 9 Février . En ligne : < <http://www.avclub.com/articles/mitchell-hurwitz,13913/>>.

Filmographie

Séries télévisées :

24. 2001–. Joel Surnow et Robert Cochran (créateurs). États-Unis. Twentieth Century Fox Home Entertainment.

30 Rock. 2006–. Tina Fey (créatrice). États-Unis. Universal Studios Home Entertainment.

Arrested Development. 2003–2006. Mitchell Hurwitz (créateur). États-Unis. Twentieth Century Fox Home Entertainment/Imagine Television.

Curb Your Enthusiasm. 2000–. Larry David. États-Unis. Home Box Office.

Desperate Housewives. 2004–. Marc Cherry (créateur). États-Unis. Buena Vista Home Entertainment/Touchtone Television.

Dexter. 2006–. James Manos Jr. (créateur). États-Unis. Showtime.

Extras. 2005–2007. Réalisation et scénario de Ricky Gervais et Stephen Merchant. Royaume Uni/ États-Unis. Home Box Office.

Family Guy. 1999–. Seth MacFarlane (créateur). États-Unis. Twentieth Century Fox Television.

Fawlty Towers. 1975 et 1979. John Cleese et Connie Booth. Royaume Uni. BBC

How I Met Your Mother. 2005–. Carter Bays et Craig Thomas (créateurs). États-Unis. Twentieth Century Fox Home Entertainment.

I Love Lucy. 1951–1957. États-Unis. CBS Television Distribution.

The League of Gentlemen. 1999–2002. Royaume Uni. BBC2.

Malcolm in the Middle. 2000–2006. Linwood Boomer (créateur). États-Unis. Twentieth Century Fox Home Entertainment.

My Name is Earl. 2005–2009. Greg Garcia (créateur). États-Unis. Twentieth Century Fox Home Entertainment.

The Office. 2001–2003. Réalisation et scénario de Ricky Gervais et Stephen Merchant. Royaume Uni. British Broadcasting Corporation.

Parker Lewis Can't Lose. 1990–1993. Clyde Phillips et Lon Diamond (créateur). États-Unis. Sony Pictures Television.

Parks and Recreation. 2009–. Greg Daniels et Michael Surs (créateurs). États-Unis. Universal Studios Home Entertainment.

Scrubs. 2001–. Bill Lawrence (créateur). États-Unis. Touchtone Television.

Seinfeld. 1989–1998. Larry David et Jerry Seinfeld (créateurs). États-Unis. Sony Pictures Television.

Sex and the City. 1998–2004. Darren Star (créateur). États-Unis. Home Box Office.

The Simpsons. 1989–. Matt Groening (créateur). États-Unis. Twentieth Century Fox Television.

The Sopranos. 1999–2007. David Chase (créateur). États-Unis. Home Box Office.

Spaced. 1999–2001. Réalisation de Edgar Wright. Royaume Uni. BBC Video.

Two and a Half Men. 2003–. Chuck Lorre et Lee Aronson (créateurs). États-Unis. Warner Bros Television.

The Wire. 2002–2008. David Simon (créateur). États-Unis. Home Box Office.

The Wonder Years. 1988-1993. Carol Black et Neal Marlens (créateurs). États-Unis.

Films:

Trouble In Paradise. 1932. Réalisation de Ernst Lubitsch, scénario de Samson Raphaelson. États-Unis, Paramount.

The 39 Steps. 1935. Réalisation de Alfred Hitchcock. Royaume Uni. Gaumont.

Bringing Up Baby. 1938. Réalisation de Howard Hawks, scénario de Dudley Nichols et Hagar Wilde. États-Unis. RKO Pictures.

The Lady Eve. 1941. Réalisation et scénario de Preston Sturges. États-Unis. Paramount.

Sullivan's Travels. 1942. Réalisation et scénario de Preston Sturges. États-Unis. Paramount.

Unfaithfully Yours. 1948. Réalisation et scénario de Preston Sturges. États-Unis. Twentieth Century Fox.

Duck Soup. 1933. Réalisation de Leo McCarey. États-Unis. Paramount.