

Discours en série. Les relectures des publics de séries policières rediffusées sur les sites web des chaînes télévisées : de l'adaptation à l'autonomie

Céline MASONI LACROIX
Maître de Conférences en Sciences de l'Information et de la Communication, Université de Nice Sophia Antipolis, IUT
Nice Côte d'Azur, I3M
celine.lacroix@unice.fr

Résumé : À partir de l'étude des traces discursives que sont les commentaires postés sur les sites Internet des chaînes télévisées proposant la rediffusion gratuite de certaines de leurs séries policières, cet article réinterroge la césure entre culture populaire et savante en posant l'acte de relecture comme producteur, créateur de pratiques culturelles. Il s'attache à ouvrir un espace du discours où se déploie et se nuance sa fonction énonciative d'appropriation, un espace où se nouent industrie, réception et pratiques de la culture

Mots-clés : pratiques culturelles, réception, adaptation, proximité, convergence, autonomie.

Serial Discourse, Studying the Police Series Audience on French Television Website

Abstract: Comments posted on french television websites about police series were studied in their discursive function in order to question the continental dichotomy between popular and scholar culture. Rereading produces, creates cultural practices. This article aims at opening a space for discourse, a space where cultural industry, reception and practices collide.

Keywords: Cultural Practices, Reception, Adaptation, Proximity, Convergence, autonomy

1. Médiatique, discursif, culturel

Axer une interrogation des publics de séries policières sur les avis et commentaires, sur ces traces discursives éphémères, voire sommaires, que les téléspectateurs internautes laissent sur les sites web des chaînes télévisées semble offrir un cadre restreint à une analyse en réception. Elle configure en fait cette analyse à partir du phénomène textuel et médiatique de relecture publique et publiée. Les stratégies discursives, rhétoriques et commerciales des chaînes et de leurs sites web associés (des « *networks* »), leurs lignes éditoriales et leurs programmes, les contextes dans lesquels ces machines médiatiques s'inscrivent et/ou qu'elles modèlent ne seront envisagés qu'au prisme des pratiques discursives médiatiques du public de série sur la télévision et Internet. Adaptation, arts de faire des faibles, dans la parenté intellectuelle de John Fiske et Michel de Certeau, il s'agit de (re)qualifier ce(s) mode(s) de lecture et d'interprétation. Comment qualifier, conceptualiser cette pratique ? En quel sens produit-elle une articulation de la culture et du social ? A-t-elle à être définie en tant que populaire ? De manière plus générale, en quel sens ces traces médiatiques ouvrent-elles un espace du discours où se déploie et se nuance sa fonction énonciative d'appropriation, espace où se nouent industrie, réception et pratiques de la culture ?

1.1. *Un champ d'enquête*

La présente étude s'est vue délimitée par les diffusions et rediffusions web proposées par les chaînes télévisées¹. L'enquête s'est déployée de février 2010 à avril 2011, depuis la première saison des « Enquêtes de l'Inspecteur Wallander » jusqu'à la fin de la seconde saison. Si les commentaires postés sur les sites web ont retenu notre attention dans cet article, et afin de dresser une typologie des commentaires plus précise, des centaines de commentaires sur des forums, des blogs institutionnels, liés aux grands groupes de presse nationale et/ou spécialisée et des sites de fans ont été analysés. Le travail typologique préparatoire à cette enquête ethnographique des pratiques discursives des publics télévisuels et web s'est alors intéressé à la qualité de l'expression des commentaires et à leur contenu, immédiatement associés à la fonction de partage de ces commentaires et qui pourrait être distribuée en : s'informer, s'interroger, s'insurger qui convergent tous trois vers : « aimer ». Fonction de partage redoublée par la surenchère en réseau du « j'aime » le commentaire posté. Nous comprenons ce clic comme « geste primaire » de relecture et de partage. De même, ont été envisagés comme critères saillants de la typologie des commentaires : le produit culturel proposé, l'architecture des sites, l'utilisation des forums et réseaux sociaux, les publics cibles, la survivance de pratiques « traditionnelles » de réception culturelle² et de manière moins signifiante la fréquence d'intervention des internautes (télé)spectateurs. Cette étude en réception se découvrira interrogation du lien possible entre les contenus appréhendés et les lieux où se développent les activités discursives de (re)lectures et de commentaires.

Le traitement de la dimension policière des séries (re)visionnées sur Internet peut rapidement être caractérisé comme suit ; que la série soit policière peut certes déterminer un public (vraisemblablement spécifique), moins ses pratiques culturelles, ses manières de faire sens à partir des produits culturels et médiatiques sériels, fussent-ils policiers... Ce que nous nuancerons ci-dessous est que définir le genre policier appartient à la fois au discours culturel traditionnel, tout en laissant libre-jeu aux publics des séries policières d'immiscer dans ce discours cultivé leurs propres productions sémiotiques et énonciatives.

Ce ne sont définitivement pas les différences notables entre les sites de TF1 et d'Arte et leurs publics qui ont nourri notre problématique mais bien la porosité, la

¹ Arte diffuse une série policière majeure : « Les enquêtes de l'Inspecteur Wallander », proposée en streaming sur ArteTV.fr, que nous avons souhaité comparer, durant le temps de sa diffusion, à l'offre en streaming de TF1 sur une de ses séries phares de deuxième partie de soirée : New York : Section criminelle.

² A titre d'exemple, développé ci-après dans le corps du texte, l'identification au héros dans le roman par le lecteur glisse voire se dédouble vers l'identification du public au héros en tant qu'il est représenté par tel acteur...

convergence de contenus et de sens des discours publiés, instaurant ce qu'il s'agira pour nous de définir en tant que pratique culturelle, médiatique et/ou publique. Plus précisément, la trop apparente cible médiatique que constitue le public web estimé exigeant et informé (cf. Maigret & Macé, 2005), voire précurseur (*earlier adopters*) en termes de pratiques de consommation (Rogers, 2003), à qui les deux chaînes proposent la rediffusion web gratuite de produits culturels « de qualité »³ s'efface devant la pratique du commentaire de leurs publics. Cette pratique se dévoile appropriation de la fonction indissolublement technologique et médiatique du partage : partage d'informations, d'interrogations et de critiques. Retenons d'ailleurs le commentaire critique comme une des pratiques discursives principales des publics internautes, critique qui rayonne, sur les deux sites étudiés, par l'activité langagière de la menace, et « appuie » une certaine forme d'activisme consommateur par là citoyen (Jenkins, 1992 ; 1998). La deuxième pratique discursive saillante et commune aux sites étudiés, témoin de la survivance d'une pratique culturelle traditionnelle de réception, est l'identification, la focalisation sur le héros de la série, qui devient le héros adulé ou détesté, dont tout le monde comme par effet de contamination, parle. Le fait que la série soit policière s'accorde d'ailleurs exclusivement, pour le moins dans les commentaires proposés, sur les qualités du héros (policier), principalement sur son comportement, les aspects psychologiques du personnage, en bref sur ses (et par « extension » sur nos) qualités humaines. Le héros de la série nous intéresse parce qu'il parle de nous.

De manière générale, ce qui importe ici ce ne sont pas les différences avérées dans l'expression et le contenu des commentaires des internautes relecteurs de série sur l'un ou l'autre site web aux stratégies commerciales et éditoriales distinctes, mais bien le fait que ces commentaires discursifs témoignent et constituent des pratiques de lectures partagées, c'est-à-dire encore des pratiques qui éreintent la distinction traditionnelle entre culture savante et culture populaire.

³ Dans le courant de cette étude, Arte proposait une série britannique tirée des romans de H. Mankell. TF1 ne rediffusait pas sur Internet ses séries « prime time » remportant les plus forts taux d'audience, peu innovantes du point de vue narratif (les multiples « *CSI* », *Les Experts – Las Vegas*, *New York* ou *Miami*), mais un produit culturel plus « pointu » : « *New York : Section Criminelle* » (« *Law and Order. Criminal Intent* »), série américaine dont René Balcer est le créateur et le producteur exécutif. Les séries proposées en *streaming* obéissent ainsi à une même exigence créative, de structuration narrative, de travail sur la psychologie des personnages, etc. (cf. Colonna : 2011). Notons encore que le *streaming* fut, au départ, une réponse marketing stratégique des chaînes sur leurs sites web au manque d'efficacité des campagnes anti-piratages.

1.2. *Adaptation et proximité*

Lire, relire et lier les nuances productrices de sens des pensées de l'appropriation ; *énonciation*, de la langue au discours auprès d'Émile Benveniste, *adaptation*, de la culture par ses publics, auprès de Michel de Certeau, John Fiske et Henry Jenkins nous permet de (re)situer notre problématique discursive en réception au sein d'une dynamique culturelle. Les commentaires des internautes acquièrent leur statut discursif, dans cette « mise en fonctionnement de la langue par un acte individuel d'utilisation » qui définit l'énonciation : « (...) quelqu'un s'adresse à quelqu'un, s'énonce comme locuteur et organise ce qu'il dit dans la catégorie de la personne » (Benveniste, 1974). S'approprier la langue signifie référer par le discours. Appropriation individuelle de la langue, l'énonciation, ainsi que le confirme Gérard Genette devient ainsi productrice de sens : « Dans le discours, quelqu'un parle, et sa situation dans l'acte même de parler est le foyer de significations les plus importantes » (Genette, 1996). Les productions discursives qui individualisent et contextualisent la langue sont autant de productions culturelles, en ce sens où ce sont des individus qui dans leur acte de relecture (le visionnage de la série est une relecture d'un document audiovisuel) adaptent le produit culturel proposé à leur vie quotidienne. De Certeau émet cette distinction signifiante entre stratégie dominante et tactique(s), comme art de faire des faibles, comme braconnage (De Certeau, 1980) que Fiske reprend volontiers dans une expérience de l'adaptation, de ces multiples manières d'utiliser le système médiatique. Et le produit culturel stratégique, la série télévisée, se transforme en ressource culturelle, en ma relecture appropriative⁴. « Popular culture is made by the people at the interface between the products of the culture industries and everyday life » (Fiske, 1989 ; 23), insistons sur cette définition de la proximité, cette rencontre des produits de l'industrie culturelle avec la vie quotidienne qui définit la culture populaire et plus finement la pratique culturelle mêlant sens et plaisir. Le plaisir est multiple –individuel, public et/ou en réseau, il peut être plaisir esthétique de l'amusement, du loisir, ou plaisir discursif de faire sens contre l'acceptation d'un sens tout fait, plaisirs indissociablement liés au plaisir social qui peut être évasion du pouvoir imposé (Fiske, 1989). L'axe ludique du plaisir s'affirme prépondérant dans une approche des pratiques quotidiennes de réception, en ce sens où les sens que je produis à partir d'un texte (dont le texte audiovisuel) sont porteurs de plaisir « quand je sens que ce sont MES sens et qu'ils se rapportent à ma vie quotidienne de manière

⁴ John Fiske, *Understanding Popular Culture* : « these popular forces transform the cultural commodity into a cultural ressource, pluralize the meanings and pleasures it offers, evade or resist its disciplinary efforts, fracture its homogeneity or coherence, raid or poach upon its terrain ». On retrouve ici la pensée du braconnage de Certeau (*poach*) et une mutation possible de la pensée du lieu (*terrain*) qui n'opère d'ailleurs plus de distinction, comme chez De Certeau entre le lieu propre de la culture stratégique et l'absence de lieu des tactiques du faible (De Certeau, 1980).

pratique, directe » (Fiske, 1989). Edgar Morin envisageait déjà (1962) ces interactions que noue la culture avec l'expérience subjective, avec cette idée que la culture de masse apporte un élargissement considérable de l'expérience personnelle (Morin & Macé, 2007). Culture de masse ou culture populaire, elle alimenterait dans les termes de Fiske et Jenkins la conversation et les ragots, ou dans les termes de Morin basculerait dans un monde féminisé et juvénile, plus érotisé. Cet espace de la distraction et du jeu (qui peut être virtualisé), où se déploient jeux de langage et légèreté des commérages peut exprimer une transgression de la pratique traditionnelle de la langue, une appropriation de sens contre le sens imposé, une productivité énonciative (Fiske, 1989). Dans cet espace ouvert aux sens (au pluriel), cette hypertrophie ludique de la réception pourrait en oublier les dimensions référentielle, fictionnalisante et critiques (Beylot, 2005), voire nier l'activité et l'engagement des publics de la télévision condamnés à être un « presque-public » (Dayan, 2000). Prenons le parti ici de prendre plaisir à une relecture appropriative de l'adaptation spectatorielle dans la proximité. C'est en ce sens que nous comprenons notre interrogation du lien entre contenus et lieux où ces contenus sont exprimés. Fréquenter les sites web des chaînes de télévision nous a rendu visible que les énoncés ressortissent d'un phénomène d'adaptation culturelle : les publics adaptent leurs énoncés et leurs discours aux lieux où ils prennent la parole et aux technologies disponibles et utilisées en ces mêmes lieux. Cette pratique culturelle de l'adaptation se différencie sur le site web d'Arte, où la richesse des contenus proposés semble trouver un écho dans la diversité et la distance critique des commentaires que les internautes laissent en partage, et de TF1, où les stratégies commerciales affichées semblent se traduire par une pauvreté discursive et des pratiques culturelles dénigrées en simples habitudes. TF1, à la différence d'Arte propose, par exemple, des forums (stratégie marketing de fidélisation de la clientèle), où l'on découvre une typologie des internautes participant à ces forums de discussion sur les produits proposés par la chaîne et son site associé, internautes distingués en « nouveau » (un seul message posté sur les forums ou quelques uns), « régulier » (quelques centaines de messages postés) et « habitué » (jusqu'à plusieurs milliers messages postés). Dans le même esprit, le simple clic qui montre que l'on a « aimé » le commentaire publié et qui nous dirige vers le partage en réseau via Facebook, Twitter et autres réseaux sociaux est une pratique fréquente sur le site de TF1, mais quasiment inexistante sur le site d'Arte. Là encore, ce ne sont pas ces différences qui sont significatives, mais le fait qu'elles inaugurent des manières de faire sens. Plus précisément ici, la pratique culturelle d'adaptation de mes discours et énoncés aux lieux dans lesquels je les énonce n'est ni distinctive ni discriminante. La pratique énonciative de l'adaptation dévoile un public qui sait, par exemple, utiliser le vocabulaire adéquat dans une situation de communication médiatique qui le contraint et qu'il contraint. Les langues se délient en toute diversité quand Arte propose un contenu interrogeant la qualité d'adaptation télévisuelle du roman policier dont sont tirées « Les enquêtes de l'inspecteur Wallander » ; ce n'est pas ce genre de contenu que propose TF1, qui a tout autant une politique éditoriale de

diffusion web intéressante, comme ce ne sont pas ce genre de commentaires que laissent les internautes, qui peuvent tout autant être public des sites des deux chaînes. La pratique discursive de l'adaptation rend les chaînes de TF1 et d'Arte poreuses l'une à l'autre et à leurs publics.

2. Espace de discours : prémisses et promesse

À partir de cette pensée culturelle de l'adaptation, on peut aisément projeter que les actes de relecture, ces appropriations fragmentaires du discours imposé, ces insinuations dans le discours hégémonique dominant peuvent, dans ce processus d'assimilation et d'altération, devenir productrices de sens. On retient aussi volontiers que la tactique sait se rendre poreuse (Fiske, 1989 ; Jenkins, 2010). L'adaptation culturelle est porosité ; elle rend le discours stratégique dominant perméable à mes relectures qui sont autant de tactiques, en même temps qu'elle exprime la porosité des exercices stratégiques et tactiques en ce même lieu de (construction du) discours.

2.1. Principe de germination

Affirmer le caractère ludique de la lecture, par là des productions discursives qui lui sont attachées, autorise une oscillation des relectures des internautes spectateurs entre production ou reproduction de discours dominants sur les séries télévisées, création de discours en propre, voire simple affirmation du plaisir à regarder une série. Ce plaisir se décline en plaisir à lire les commentaires des autres internautes et partager leur propre plaisir, en pouvant se satisfaire du geste de cliquer sur l'icône du « j'aime ». On peut s'interroger avec Dominique Pasquier (2000) sur les dimensions de ce public internaute: le sentiment d'appartenance à une communauté imaginée se déplace vers une communauté que l'on touche et à laquelle on demande son assentiment, par le biais de facebook par exemple. Les injonctions ou les demandes ne sont plus adressées à la production ou aux acteurs des séries, comme auparavant avec les lettres des fans, mais sont disséminées vers la communauté des internautes. Les autres dimensions, sociabilité et performance, se voient transformées de la même façon par les manières dont le public utilise les outils technologiques à sa disposition. Si ce n'est pas le lieu d'un développement des usages liés à Internet, retenons principalement l'idée non contradictoire, issue de notre analyse des commentaires postés, d'une dissémination-amplification de la visibilité de la position spectatorielle. L'internaute qui laisse un commentaire sur les sites web des chaînes télévisées engage un processus de diffusion de sa position de spectateur. Il se rend visible auprès d'un plus grand nombre d'internautes-téléspectateurs, tout comme sa position se voit amplifiée par les clics liés à ses propres commentaires.

De manière plus générale, le plaisir de lire signifie une pratique discursive de la relecture qui contient en elle les germes de la production de sens, mais qui peuvent être ou ne pas être activés. On s'éloigne de la mythification de la résistance d'un téléspectateur tout-puissant qui a pu être reprochée à Fiske (Pasquier & Cefaï, 2003), pour retenir, voire inaugurer le principe méthodologique et épistémologique du germe, déclinable en germes discursifs, sociaux et cognitifs, en un mot culturels. Pourront fleurir et actualiser le principe adaptatif culturel de la transformation d'un produit en ressource : les (re)formalisations des pratiques culturelles, la production de sens et les multiples formes de productivité sémiotique, énonciative ou textuelle la circulation de biens culturels, la fonction expressive des nouveaux médias, l'intelligence collective. Pourront grandir et muter les transformations sociétales : les pratiques communautaires collectives, le capitalisme cognitif, la démocratie sémiotique (Fiske, 1987; 1989; Jenkins, 2010)⁵. Par-delà les sens et l'idéologie, la théorie du plaisir de Fiske (1987) se centre sur le pouvoir de faire sens, plutôt que sur les sens déjà produits. C'est aussi en ce sens que Fiske a pu parler de « démocratie sémiotique » de la télévision, dans l'ouverture de ses pratiques discursives aux spectateurs. Précisons que nous choisissons d'entendre pouvoir (de faire sens) comme potentialité germinative et non pas exclusivement comme exercice établi de domination.

« Television, like the society it serves, contains both tendencies in active contradiction » (Fiske, 1987). La contradiction active, la porosité de ce que la pensée traditionnelle dominante pensait comme séparé : le dominant et le dominé, le populaire et le savant ne signent pas la disparition de l'un au profit de l'autre, mais leur coexistence conflictuelle dans l'espace du discours et de la culture. Transformés, altérés, hybridés, les germes culturels peuvent faire naître de nombreux fruits. La production de sens est toujours ouverte.

2.2. Principe de convergence

La culture de la convergence que propose Henry Jenkins, lecteur assidu de Fiske, nous fait alors envisager la collision des anciens et des nouveaux médias, dont la distinction n'a plus rien de signifiant pour la pensée. Nous explorons les terres où poussent ensemble et périssent aussi, les industries culturelles et les pratiques de lecture ou de réception de leurs produits formatés. La convergence est changement,

⁵ Dans *Television Culture* (1987), Fiske insiste sur la dimension sociale du plaisir : « It seeks the meanings of pleasure in its relationship to the social structure and to the social practices of the subjects who experience it », créant le lien entre plaisir, structure et pratiques. Jenkins évoque l'intelligence collective de Pierre Lévy, le numéro hors série de *Médiamorphoses* sur les séries télévisées a vu fleurir des articles sur la fonction expressive, enfin nous rendons poreux (non sans un clin d'œil) le capitalisme cognitif de Yann Moulier Boutang et la démocratie sémiotique de John Fiske.

mais encore confrontation, interactions de pouvoirs (de potentialités, de possibles). Ce n'est pas tant le processus technologique, le dispositif médiatique qui intéresse une pensée de la convergence, que le changement culturel des pratiques des consommateurs qui : « sont encouragés à rechercher de nouvelles informations et à connecter entre eux des contenus médiatiques disparates » (Jenkins, 2007). Les technologies médiatiques ne produisent pas de la convergence ; ce sont les interactions sociales individuelles qui sont productrices (productrices de sens pour nos vies quotidiennes précise l'auteur). La parenté avec Fiske subit aussi la transformation de la relecture. Et la dimension ludique du plaisir a germé, dans le processus de création de sens, en pensée que la distraction (peut) modifie(r) le fonctionnement des structures sociales. Nous nous rapprochons de la logique des médiacultures, de la production de mondes et l'entrée dans les mondes existants (Maigret & Macé, 2005). Avec cette nuance notable, que la pensée en germe de Fiske semblait ne pas avoir besoin de logiciser son approche processuelle de la culture. Autre nuance discursive, Jenkins émet l'idée d'une culture publique liée au système médiatique. Ce qui nous conduit à explorer avec lui la dimension: « fans de séries télévisées » (1992), qu'avait pu introduire Fiske, non sans évoquer que cette pratique culturelle a pu être dénigrée en tant que pratique populaire, et tout en envisageant que les pratiques discursives et culturelles du fan altèrent voire anéantissent cette ancienne césure de la culture. Laisser des commentaires sur Internet rend publique, par là partageable, participative en germe, cette pratique culturelle de la destruction des frontières assignées, vers la porosité, la convergence. Et Jenkins (1992) de pratiquer une relecture de Fiske, faisant entrer en collision réception et énonciation dans un processus ouvert de production de sens : « Making meanings involves sharing, enunciating, and debating meanings. For the fans watching the series is the beginning, not the end, of the process of media consumption ». La pratique culturelle du fan et/ou des fans (télé)spectateurs internautes s'avère multiple : prendre la parole sur les sites web et les forums, exposer publiquement ce qu'il aime, le partager, créer une communauté de goût et de sens, créer ses propres contenus, en mêlant émotion, productivité sémiotique et énonciative, distance par rapport au produit culturel qu'il consomme et utilise... Jenkins s'est dénoncé fan de séries télévisées, comme a pu le faire avant lui Edgar Morin avec le cinéma ; le scientifique peut transformer en pratique culturelle son attirance pour les produits culturels de masse, faire l'expérience de la porosité du plaisir, de l'exposition, voire de l'exhibition de soi, qui peut devenir créatrice de sens et de contenus culturels et cognitifs, en même temps que cette ouverture à la pratique culturelle du fan altère la pensée d'une culture de l'autre, d'une autre ou d'une sous-culture vers la convergence de la culture en tant que pratique. Plutôt que naïvement populiste (Pasquier & Cefaï, 2003), cette pratique culturelle promet innovation, créativité et porosité féconde à la production énonciative, médiatique et publique.

Cet article ne feint pas d'ignorer d'autres apports théoriques qui recourent et enrichissent la culture des publics ci-dessus développée. Du Centre de Birmingham à l'École de Chicago, des *Cultural Studies* à la sociologie de la réception ou l'ethnométhodologie, la présente approche a voulu délimiter son exercice à l'espace de jeu du discours et de ses traces saisissables, c'est-à-dire encore du retour sur réception que la productivité énonciative trahit. Proximité et porosité font « germer » de multiples retours sur réception; traces éphémères d'une culture commune du partage, mais encore retour de cette pratique culturelle sur la culture scientifique du chercheur qui se voit contraint de transformer les principes d'approche de ses objets en retour de la résistance qu'ils lui opposent.

Le public de Fiske et Jenkins ouvre l'espace du désir et l'espace du discours à leurs possibles en affirmant leur porosité. Cette étude s'est attaché à cerner, par delà les distinctions entre public passif et public actif, un public qui conquiert son autonomie, s'immisçant dans les productions de la culture dominante, créant son propre espace de discours, représentant la pratique du partage. Si le public approché: « s'inscrit dans le monde parallèle du jeu » (Dayan, 2000), son autonomisation et l'influence réticulaire de ses pratiques ne peuvent être appréhendées « en deçà » de la sphère publique.

La pensée non dichotomique et non dialectique de la porosité et/ou de la convergence, réduite à une dérive populiste, a pu être mésinterprétée. Non conformiste et féconde, elle autorise en fait la rencontre productive du discursif et du culturel, leur collision, leur activité conflictuelle productrice de sens et d'autonomie pour les individus au sein de la société, tout en sachant éviter la polarisation du couple individu et collectif.

Références

- Benveniste, E. (1966/1974). *Problèmes de linguistique générale*. Paris : Gallimard.
- Beylot, P. Modèles pragmatiques de réception des séries policières. Beylot, P., Sellier, G. (ed.) (2005). *Les séries policières*. Paris : Ina-L'harmattan.
- De Certeau, M. (1980). *L'invention du quotidien*. Arts de faire. Paris : UGE. (1990). Folio Gallimard.
- Colonna, V. (2010). *L'art des séries télé, ou comment surpasser les américains*. Paris : Payot.
- Dayan, D. (2000). Télévision, le presque-public. *Réseaux*, 100, 427-456.
- Fiske, J., Hartley, J. (1978). *Reading Television*. London : Methuen & Co. Ltd.
- Fiske, J. (1987). *Television Culture*. London : Routledge.
- Fiske, J. (1989). *Understanding Popular Culture*. Londres: Unwin Hyman. 2ème éd. 2010. Introduction : Jenkins, H. "Why Fiske still matters". London : Routledge.
- Fiske, J. (1989). *Reading the Popular*. London : Routledge.

- Genette, G. (1966). *Frontières du récit. Communications*, n°8. L'analyse structurale du récit. Paris : Seuil.
- Jenkins, H. (1992). *Textual Poachers, Television Fans and Participatory Culture*. New York London : Routledge.
- Jenkins, H. (2006). *Convergence Culture. Where Old and New Media Collide*. New York : NYU Press.
- Maigret, E., et Macé, E. (ed.) (2005). *Penser les médiacultures. Nouvelles pratiques et nouvelles approches de la représentation du monde*. Paris : Armand Colin-Ina.
- Morin, E. (1998). *L'esprit du temps*. Paris : Le Livre de Poche. Biblio Essais. (1962) Paris : Grasset Fasquelle.
- Morin, E., et Macé, E. La culture de masse, le choc des années cinquante et soixante. *Médiamorphoses*, Hors Série : Les raisons d'aimer les séries télé. Paris : Ina-Armand Colin, 6-19.
- Moulier Boutang, Y. (2007). *Le capitalisme cognitif. La nouvelle grande transformation*. Paris: Editions Amsterdam.
- Pasquier, D. (2000). *La culture des sentiments, l'expérience télévisuelle des adolescents*. Paris: Maison des Sciences de l'Homme.
- Pasquier, D., Cefaï, D. (ed.) (2003). *Les sens du public. Publics politiques, publics médiatiques*. Paris: PUF.
- Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of Innovations*. 5th Ed. (1962). New York : Free Press.