

Zeitschrift: Film : revue suisse de cinéma
Herausgeber: Fondation Ciné-Communication
Band: - (1999)
Heft: 5

Rubrik: Télévision

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 05.02.2026

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

Nouvelles mythologies

D'où provient le succès, public et critique, des séries et autres *sitcoms*? Sans doute de ce qu'elles proposent de nouvelles mythologies et des lieux d'identification que n'offre plus désormais le tout-venant du cinéma. «*X-files*» serait le miroir de nos inquiétudes les plus paranoïaques, «*Profilier*» le symptôme des pulsions les plus morbides et, «*Ally McBeal*», le symbole du désarroi affectif des trentenaires.

Certes, la qualité d'écriture et de réalisation des séries n'est pas étrangère à ce succès; maîtrise des récits qui s'entremêlent, mise en scène virtuose, nervosité du montage que les productions françaises ou allemandes peinent encore à égaler. Force est de constater, encore une fois, la suprématie du savoir-faire américain.

Mais qu'est-ce qui fait le petit «plus» d'*«Ally McBeal»*? Indépendamment de l'invention formelle, du rythme et de l'humour de la série signée David E. Kelley, tout un chacun peut se projeter dans le quotidien des situations décrites, comme le spectateur des années trente pouvait se reconnaître dans les comédies de Capra, Cukor et Lubitsch, ou celui des années soixante dans les comédies italiennes. Enfin, et ce n'est pas la moindre des qualités de cette série, l'éthique l'emporte souvent sur une justice procédurale et le bon sens sur la psychologie de magazine. (bb)



La dure loi des séries

Un mardi matin de pluie, trois «drôles de dames», responsables des acquisitions et de la programmation à la TSR, nous ont donné quelques lumières sur la politique d'achat des séries de la chaîne. Où l'on constate que la grille des programmes est l'ultime critère de sélection.

Propos recueillis par
Bertrand Bacqué et Cezary Kaczmarek

Isabell Hagemann, responsable de la gestion et de l'organisation de l'unité, Alix Nicole, responsable des achats des fictions et Mara Sorbera, responsable des achats des téléfilms francophones, des séries et des coproductions éclai- rent notre lanterne sur les critères de sé- lection de la TSR en matière de séries té- lévisées.

Où choisissez-vous les séries?

Alix Nicole Il y a plusieurs sources. Nous travaillons d'abord avec des vendeurs de petites et grosses sociétés qui nous alimentent avec ce qu'ils ont de nou- veau. C'est la source principale. Puis il y a des marchés spécialisés. Pour tout ce

qui est américain, il y a les «Los Angeles Screenings» où les grandes sociétés américaines ont leurs vitrines et propo- sent aux acheteurs européens tous les épisodes pilotes de la saison suivante. C'est là que nous avons vu pour la pre- mière fois «Urgences», «X-Files», «Ally McBeal» etc. Il faut préciser que les Américains ont une grille de pro- gramme très différente de la nôtre, es- sentiallement axée sur les séries.

Isabell Hagemann De plus, ces marchés donnent aussi les tendances de ce qui se fait. Quand est sortie «X-Files», il y a eu plusieurs séries sur le surnaturel; quand il y a eu «Urgences», plusieurs séries médicales. L'année passée, on sentait qu'on cherchait de nouveaux genres. Mais les Américains deviennent plus audacieux sur certains sujets, comme dans «Sex and the City».

Quels sont vos critères de sélection?

Alix Nicole Pour nous, il faut d'abord que les séries soient traduites. Les critères ne sont pas les mêmes que pour les chaînes françaises, qui sont décisionnaires: le prix qu'elles paient par épisode inclut aussi le doublage, ce qui est pour nous hors de portée.

Isabell Hagemann Maintenant, grâce aux chaînes câblées françaises, tels Canal Jimmy et Téva, qui sont très deman- deuses, nous avons beaucoup plus

d'opportunités. C'est la première fois que la Fox et la Columbia nous annon- cent que toutes les séries qui nous inté- ressent sont vendues en France, et donc doublées.

Comment planifiez-vous la programmation? En fonction des publics? Des horaires?

Alix Nicole Notre directeur des pro- grammes nous donne un canevas de grille avec les différentes cases, les émis- sions tels Box Office, Temps Présent, etc. Et nous devons trouver quelle série sera la meilleure à telle heure donnée. C'est comme un puzzle qu'il nous faut rem- plir afin de toucher un maximum de gens.

Quel est le coût des séries? Sont-elles rentables?

Isabell Hagemann En ce qui concerne les téléfilms de 90 minutes, il faut compter entre 10 000 et 12 000 francs, ceci pour deux diffusions. Quant aux nouvelles séries, de 50 minutes en moyenne, tout dépend de la case de programmation. Leurs prix se situent entre 1000 et 6000 francs: plus la programmation est tar- dive, plus elles sont chères. Aux Etats- Unis, une série comme «Urgences» se vend 13 millions de dollars (19,5 mil- lions de francs suisses) et rapporte 18 millions de publicité à la chaîne (27 mil- lions de francs suisses). Quant à nous,

Les acheteuses de séries et de fictions de la TSR (de gauche à droite et de bas en haut): Alix Nicole, Isabell Hagemann, Françoise Wuest, Claudine Demierre, Danielle Schmid, Paulette Grin, Lise Lachenal et Mara Sorbera.

nous n'avons pas à programmer en fonction des publicités. La ligne éditoriale ne serait plus neutre.

Etes-vous sensibles à l'écriture des séries, à laquelle les studios accordent de plus en plus d'importance ?

Alix Nicole Ça fait cinquante ans que les chaînes américaines basent leur programmation sur les séries et l'écriture a toujours eu de l'importance pour elles. Il y a eu longtemps un grand mépris pour les séries en Europe, parce qu'elles n'étaient pas un produit phare. Alors que c'était le cas, dès le début, aux Etats-Unis.

Mara Sorbera «I Love Lucy», par exemple, une série américaine typique des années cinquante qui diffuse actuellement Téva, est particulièrement bien écrite et très en phase avec la société de son temps. Cela n'a donc rien de nouveau. ■

Ally (McBeal) est grande !

Programmée en prime-time les mercredis soirs sur M6, la série «Ally McBeal» arrive au terme de sa deuxième saison. Avec, à la clé, un triomphe. Coup de foudre pour une drôle de frimousse.

Par Pan Czar

Pour ceux qui ne connaissaient pas Calista Flockhart, la figure de proue de la série «Ally MacBeal» leur est tout récemment apparue sous les traits d'Helena dans la réjouissante adaptation de la féerie shakespearienne «Songe d'une nuit d'été». En réalité, son personnage d'Ally – singulièrement proche de celui d'Helena – fait un tabac outre-Atlantique, au point que la jeune comédienne a acquis le statut de star. Le succès d'«Ally McBeal» a d'ailleurs été consacré en janvier dernier par l'attribution du Golden Globe de la meilleure série comique. En Europe, le phénomène ne se cantonne pas à la France: enflammant un peu partout les coeurs des téléspectateurs de 7 à 77 ans, le feuilleton est en passe de devenir une série culte. Beaucoup de bruit pour rien ?

A priori, le charme d'«Ally McBeal» découle autant du personnage d'avocate pétillante que de la confrérie des quidams se profilant à l'arrière-plan. Ce constat vaut également pour la trame du récit: le cabinet où évoluent ses joyeux pairs fait office de décor où se joue la vie sentimentale d'Ally. Mais tandis que les intrigues juridiques télescopent sa sphère privée, la série elle-même reflète et se pose en modèle d'une société qu'elle semble vouloir dédramatiser. De là, la naïveté des rapports en tous genres, le dénouement candide de situations insolites, la bonhomie de personnages rappelant ceux des comédies de Frank Capra. Dans l'épisode «Montrez-moi vos dents!», l'irrésistible et attachant juge Happy Boyle en est le parfait exemple.

Série «cinéphile»...

Cependant ce n'est pas dans le fond mais dans la forme que réside tout l'attrait du feuilleton. A dire vrai, le filmage est bien en deçà de ce que l'on peut attendre d'une série de prétoire du gabarit de «Murder one»¹. A commencer par une bonne dose d'humour qui ne se limite nullement aux répliques du tac au tac, mais où les gags sont, justement, visualisés à l'écran. Grâce aux effets numériques tels que la technique du *morphing*², les épisodes multiplient, de surprise en surprise, les références cinématographiques. Inhérents aux états d'âmes d'Ally, ces clins d'œil, pour la

plupart cartoonesques, confèrent à la série un caractère surréaliste, voire «extra-terrestre». Le personnage de Ling, dans l'épisode «Les deux anges», est ainsi littéralement transfiguré en *Alien* semblant sortir tout droit de l'imagination de Giger.

... et «mélomane»

Enfin, et surtout, il y a un travail absolument hilarant réalisé sur la bande-son. Ici, la musique «porte» les images à tel point qu'elle ravit la vedette à ce que l'on nous donne à voir. Elle tend même à le faire en son absence à travers la référence explicite à une chansonnette n'existant que dans la tête des protagonistes. A leurs frayeurs ou sautes d'humour font écho les dérapages sonores; aux temps morts succède en contrepoint le plein de musique style clip. Ce n'est donc pas un hasard si la bande originale s'est vu décerner un Emmy Award et qu'un second album vient de paraître le mois passé aux Etats-Unis. Autant dire que l'on n'a pas fini de parler d'Ally. ■

1. Série du genre mais nettement plus conventionnelle, didactique, bien pensante.

2. Procédé informatique rendant fluides, imperceptibles même, les métamorphoses visuellement opérées. Par exemple, la transformation de l'humain en un loup-garou.

«Ally McBeal», le mercredi sur M6, deux épisodes de 20 h 55 à 22 h 40.

Calista Flockhart, l'interprète d'Ally McBeal.

