Zeitschrift: Films : revue suisse de cinéma
Herausgeber: Mediafilm
Band: - (2003)
Heft: 14

Artikel: Les séries télévisées : avatars ambigus de la famille
Autor: Gallaz, Christophe
DOI: https://doi.org/10.5169/seals-931083

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

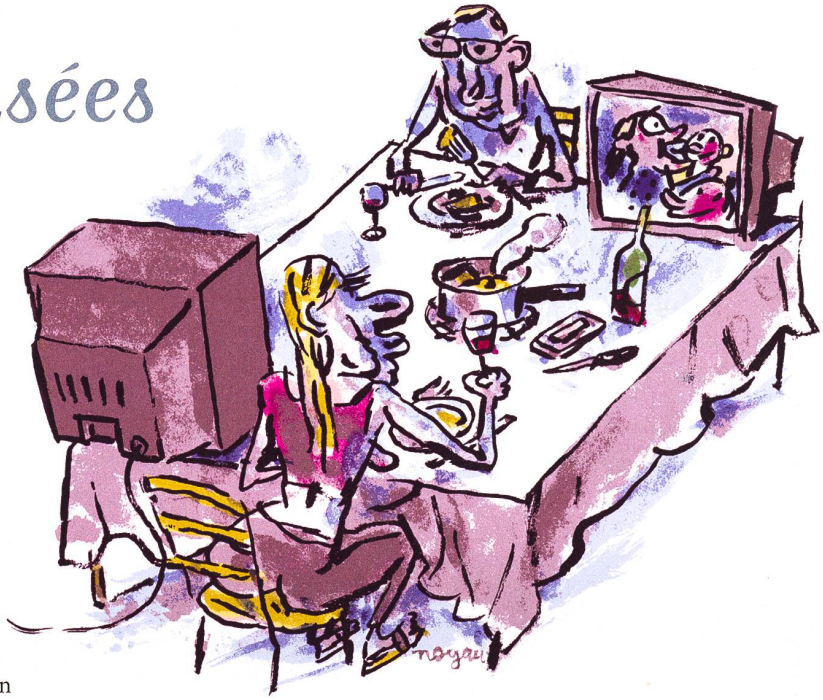
Download PDF: 18.08.2025

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

Les séries télévisées

Avatars ambigus de la famille

Par Christophe Gallaz



Au fond, le principe de la série télévisée, décortiqué dans les pages qui précèdent, peut être perçu comme un antidote à la société du spectacle dénoncée dans les années 70 par le situationniste français Guy Debord. Comme on le sait, cette société-là, désormais la nôtre entièrement, a pour caractéristique essentielle d'empêcher que les journaux, la télévision, la littérature, les arts plastiques ou le cinéma puissent s'instituer comme des moyens d'expérience fondatrice pour quiconque les consomme: en matière d'information comme en matière d'art il faut en effet aller vite et frapper fort, si possible en « une », en « prime time » et selon les indications de la « tendance ».

C'est précisément pourquoi la série, dans l'industrie frénétique et vaine qui nous tient aujourd'hui lieu de culture, est un objet particulier. Cette singularité provient de qualités connues. Diffusée dans la durée, la série peut instituer des univers fictifs autonomes au sein desquels cheminent des héros récurrents, qui font suffisamment la représentation de leur tempérament personnel pour qu'en émerge aux yeux du public, dans le meilleur des cas, une fresque sociale ou politique intéressante. Ainsi les séquences successives de « Twin Peaks », de « X-Files », de « Vidocq » ou de « Columbo » se sont-elles inscrites dans le patrimoine collectif comme des blocs de cohérence au cœur d'une époque infiniment déstructurée, où les notions de groupe ou de clan sont proches d'avoir perdu leur sens et leur statut dans la plupart de nos pratiques quotidiennes.

Et la cohérence, c'est évidemment ce qui permet à la mémoire humaine de se fixer. « Belphégor », proposé sur la première chaîne de l'ORTF en 1965, en quatre épisodes filmés en noir et blanc, demeure une œuvre emblématique à cet égard. Qui donc, des femmes et des hommes innombrables qui le virent alors, y compris en Suisse, ne s'en souvient encore comme d'un événement impliqué dans le tissu le plus intime de sa propre biographie ? Tel fut et tel reste l'impact, aux proportions sidérantes, qu'attestent les chiffres: la France comptait alors seulement 6,5 millions de récepteurs, mais près de 15 millions de téléspectateurs se vissèrent devant leur poste pour y regarder le premier épisode de la série, et plus de 20 millions le deuxième, amorce d'une courbe allant crescendo durant un mois.

Érigées en élément constitutif de la vie collective, les séries télévisées sont progressivement devenues à ce titre, pour de nombreux psychanalystes et soignants variés, notamment aux États-Unis, la meilleure des passerelles les autorisant à rejoindre l'imaginaire fantasmatique de leurs patients. Ceux-ci, profondément modelés par leur appropriation mentale et parfois comportementale de tel héros régulièrement aperçu sur le petit écran, donnent en effet plus facilement prise aux investigations de leur thérapeute – pour qui la connaissance approfondie des programmes télévisés s'érigera bientôt, sans doute, en moyen privilégié de compétence professionnelle...

Ces circonstances accréditent l'hypothèse selon laquelle la série fonctionne de nos jours exactement comme fonctionne depuis des lustres, sous nos latitudes, l'institution de la famille. De même que cette dernière fabrique et simultanément dévaste l'identité des individus qui la composent, et s'en trouvent subtilement aliénés, la série fabrique et simultanément dévaste l'identité de ses spectateurs qu'elle aliène tout autant. Rien n'est plus révélateur, sur ce point, que l'adoration manifestée par certains aficionados télévisuels pour qui toute évocation de « Friends » ou de « Dynasty » se trouve immanquablement assortie des qualificatifs « culte » ou « fétiche » : une terminologie grotesque et pathétique à la fois, révélant que les séries sont souvent moins requises comme un moyen de nous renseigner sur notre époque que comme un agent de dépendance intellectuelle et psychologique imbécile. Ainsi vont-elles du meilleur au plus détestable, dont nous pourrions nous venger en paraphrasant André Gide pour proclamer un claquant « Séries, je vous hais ». *f*

films

Revue suisse de cinéma
Mensuel (paraît 11 fois par an)
www.revue-films.ch

N° 14 février 2003

Rédaction, marketing, administration
Rue du Maupas 10, case postale 271, 1000 Lausanne 9
Tél. 021 642 03 30, fax 021 642 03 31
CCP 17- 419797-4

Rédaction
Françoise Deriaz, rédactrice en chef
Mathieu Loewer, rédacteur
E-mail : redaction@revue-films.ch

Marketing
Françoise Deriaz, Julien Guex
E-mail : marketing@revue-films.ch

Service des abonnements et administration rédaction
Julien Guex
E-mail : contact-abos@revue-films.ch

Régie publicitaire
Objectif 15/30 Sàrl
Pierre Jacques
Responsable publicité : Bénédicte Baré
Quai Wilson 33, case postale 45
1211 Genève 21
Tél. 022 731 50 07, fax 022 738 42 24,
portable 079 423 00 35
E-mail : benedicte@gmtmag.com
Tarif publicitaire : www.revue-films.ch

Comité de rédaction
Vincent Adatte, Laurent Asséo, Bertrand Bacqué, Norbert Creutz, Christophe Gallaz, Antoine Le Roy, Frédéric Maire, Nathalie Margelisch

Ont aussi collaboré à ce numéro
Christophe Billeter, Alain Boillat, Valérie Cadet, Jean-Sébastien Chauvin, Pierre-André Fink, Charlotte Garson, Julien Guex, Pierre-Emmanuel Jaques, Frédéric Mérat

Réalisation graphique
Peppermint graphic design et Oxyde, Lausanne

Editeur responsable
Mediafilm
Case postale 271
1000 Lausanne 9

Administratrice
Françoise Deriaz

Soutiens
Office fédéral de la culture, Loterie romande, Fondation Famille Sandoz, Fondation Oertli Zurich, Fondation culturelle pour l'audiovisuel en Suisse, Pour-cent culturel Migros, Ville de Lausanne

Impression
Imprimeries Réunies
Case postale 350
1020 Renens

© 2003 *films* - ISSN 1424-1897

Les textes et annonces publiés dans ce numéro ne peuvent être reproduits partiellement ou entièrement, retravaillés ou utilisés par des tiers sans accord préalable de l'éditeur. Ces dispositions s'appliquent aussi à tous les systèmes de reproduction et de transmission existants.

Les photographies et illustrations reproduites dans ce numéro ont été gracieusement prêtées par :

Agora Films : pp. 1-4-5-21. Buena Vista International : pp. 1-31-41. Alain Carrazé : p. 38. Cinémathèque suisse : pp. 1-32-33-34-35-45. Disques Office : pp. 46-47. Elite-Film AG :, pp. 25-29. Filmcooperative Zurich : pp.15-24. Frenetic Films : pp. 18-19-31. Antoine Jaccoud : p. 39. Journées de Soleure : p. 2. Look Now ! : p. 23. M6 Télévision : p. 40. Moa Distribution : pp. 29-31. Monopole Pathé Films : pp. 16-17-31. Orchestre de la Suisse romande : p. 43. Cinémas Salafa S.A. : p. 42. Télévision suisse italienne : pp. 38-39. Télévision suisse romande : pp. 36-37-40-44-31. Trigon-Film : pp. 12-13. Twentieth Century Fox Film Corporation : p. 26. United International Pictures GmbH : photo de couverture, pp. 1-8-9-10-11-22. Warner Bros. (Transatlantic), Inc : p. 26-31. Xenix Filmdistribution GmbH : p. 13.