



CSI, de la série au jeu : « a more immersive experience »

Hélène Monnet-Cantagrel



Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/tvseries/727>

DOI : [10.4000/tvseries.727](https://doi.org/10.4000/tvseries.727)

ISSN : 2266-0909

Éditeur

GRIC - Groupe de recherche Identités et Cultures

Référence électronique

Hélène Monnet-Cantagrel, « CSI, de la série au jeu : « a more immersive experience » », *TV/Series* [En ligne], 3 | 2013, mis en ligne le 15 septembre 2013, consulté le 10 décembre 2020. URL : <http://journals.openedition.org/tvseries/727> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/tvseries.727>



TV/Series est mis à disposition selon les termes de la licence Creative Commons Attribution - Pas d'Utilisation Commerciale - Pas de Modification 4.0 International.



CSI, de la série au jeu : « a more immersive experience »

Hélène MONNET-CANTAGREL

CSI est une franchise de séries policières construites autour d'un même principe narratif de résolution des enquêtes par les techniques scientifiques d'investigation. D'objectif ouvertement commercial, de l'ordre du marketing, et répétitives, les franchises de médias n'ont pas toujours bonne presse, accusées de consacrer la transformation des biens culturels en produits industriels. Les franchises sont pourtant une pratique de plus en plus fréquente à la télévision - américaine - qui, depuis le *Telecommunications Act* de 1996, est entrée dans une logique de compétition et de *branding*, fait qui, à lui seul, interroge quant à son potentiel d'incidence. Outre des séries dérivées, ce sont autant de productions matérielles (jouets, jeux, livres, objets de consommation) qu'immatérielles (sites wiki, pages facebook, fils twitter) qui accompagnent les séries dans leur développement, donnant à ces récits l'envergure d'univers aux multiples aspects et voies d'entrée. Les franchises reposent cependant sur un principe de reproduction où la série d'origine fonctionne comme une matrice de sérialisation. Dès lors, les développements en franchise peuvent se comprendre comme une forme exponentielle de la dynamique narrative sérielle de variation et de répétition. À partir des formes télévisuelles et vidéoludiques de CSI, il s'agira de voir comment leur étude peut être révélatrice de la spécificité du récit sériel, dans sa morphologie comme dans sa visée sémiotique et pragmatique.

I look at it like drinking Coca-Cola. I just don't know, if you could flood the marketplace with various cola flavours, if you could knock off Coca-Cola. I think we are the gold standard for the crime drama. We've reinvented the genre in a very palatable way.

Anthony Zuiker, à propos de CSI¹

CSI : *Crime Scene Investigation* (CSI) est une franchise de trois séries policières dont deux, CSI et CSI New York, sont toujours en cours de production, CSI Miami ayant été arrêtée en 2012. Malgré cette défection, le récit CSI, axé sur les techniques scientifiques d'investigation, compte parmi les plus importantes productions télévisuelles de la première décennie 2000, avec un attrait et un impact jusque-là inédits.

CSI effect

D'abord refusée par les principaux *networks* et finalement acceptée avec défiance par CBS, CSI : *Crime Scene Investigation*² fait

¹ « Je vois ça comme boire du Coca-Cola. Je ne sais pas si vous pourriez inonder le marché de différentes saveurs de cola, supprimer Coca-Cola. Je pense qu'on est la référence de la série policière. On a réinventé le genre d'une manière très savoureuse ». A. Zuiker, propos recueillis par Canadian Press, mars 2004, disponibles en ligne : http://www.csifiles.com/news/140304_04.shtml, consulté en août 2013. Traduction de l'auteur, comme toutes celles à venir.

son apparition en 2000 sur les écrans américains. Elle remporte immédiatement un énorme succès qui fait envisager à CBS son expansion en franchise. À cette époque, CBS est en difficulté dans les mesures d'audience. Le paysage télévisuel connaît alors de nombreux bouleversements et de nouvelles stratégies s'imposent. La franchisation en est une.

La franchise produit tout d'abord deux séries dérivées : *CSI : Miami*, en 2002, puis *CSI : New York (CSI NY)*, en 2004, qui rencontrent autant de succès. Mais c'est surtout hors du champ télévisuel qu'elle se déploie, avec des produits allant des novellisations aux produits non fictionnels, comme une exposition itinérante (*CSI : The Experience*) et une attraction de parc à thèmes³. Les jeux vidéo forment, quant à eux, une véritable série parallèle avec un nouveau volet chaque année depuis 2003⁴.

Une franchise de médias, comme toute franchise, est une technique de distribution et d'exploitation commerciale d'un produit, perçu ici comme « une propriété médiatique qui a une vie au-delà de son aspect d'origine⁵ ». Mais si l'on peut voir facilement ce qui est en jeu dans le cas d'une marque ou d'une enseigne, qu'advient-il lorsque la franchise porte sur une fiction, un récit ? « A more immersive experience⁶ », répond Anthony Zuiker, créateur de *CSI*. Il s'agit, en effet, pour lui, d'associer différents supports dans une vaste expérience narrative hybride, dont l'objectif est de décupler l'engagement du public dans la fiction et qu'il nomme *cross-platform storytelling*.

Peut-on envisager *CSI* dans cette perspective ? Jean-Marie Schaeffer définit l'expérience d'immersion comme une « fonction centrale dans le dispositif fictionnel⁷ », résultant de différents leurre attentionnels, embrayeurs et stratégies, qui convergent pour provoquer un état d'investissement dynamique et affectif dans la fiction. L'immersion vient de la capacité qu'a une fiction de susciter l'intérêt, de capter, d'absorber. De son côté, Linda Hutcheon définit le passage d'un média à un autre comme un changement de mode d'engagement dans la fiction, visant son appropriation⁸. Et si les différents médias

² C'est le titre de la première série, qui sera désormais désignée ici comme *CSI LV* (pour « Las Vegas ») pour la distinguer de la franchise *CSI*.

³ Il s'agit de « CSI : Live! », une attraction au Six Flags Magic Mountain, Los Angeles, Californie, créée par Mad Science productions.

⁴ Il existe onze jeux vidéo dérivés de la série (pour PC, Xbox et DS), incluant un jeu en ligne, sur Facebook, et ceci sans tenir compte des jeux pour mobiles ou en Flash. Chaque jeu propose une ou plusieurs enquêtes, toujours différentes, comme dans la série.

⁵ « A media property that has a life beyond its original appearance », Joseph Turow, *Media Today, An Introduction to Mass Communication*, New York, Routledge, 2008 [3e édition], p. 236.

⁶ « Une expérience plus immersive » ; interview d'A. Zuiker disponible en ligne : <http://gigaom.com/video/anthony-e-zuiker-cross-platform-storytelling-is-the-future/>, consulté en janvier 2012.

⁷ Jean-Marie Schaeffer, *Pourquoi la fiction ?*, Paris, Seuil, coll. « Poétique », 1999, p. 188.

⁸ Linda Hutcheon, *A Theory of Adaptation*, New York, Routledge, 2006, p. xiv.

proposent différentes formes d'immersion, les nouveaux médias, quant à eux, « nous mènent là où l'on peut réaliser nos rêves [...] tuer nos propres dragons⁹. »

Même si Zuiker n'a finalement pas estimé que *CSI* puisse lui permettre d'accomplir pleinement cet objectif, il a cependant inauguré ce mode d'hybridation des supports, en proposant la poursuite d'un épisode de *CSI NY* (4.5) dans le jeu en ligne *Second Life*. Pour autant, la série n'en est pas restée là et a produit un phénomène : le *CSI effect*. Cette expression¹⁰ désigne divers comportements dans la société, identifiés comme étant motivés directement par la série : protestations de jurés face à des preuves jugées non scientifiques, scènes de crimes nettoyées à l'eau de javel et, surtout, un accroissement de vocations pour la police scientifique. Quoi qu'il en soit de cette influence, il y a cependant bien un effet *CSI*, qui en fait la série la plus regardée au monde, encore lauréate du prix de l'audience télévisée internationale de juin 2011, pour la quatrième fois consécutive (où *CSI LV* était en compétition avec *House MD* et... *CSI : Miami*).

Sous quelque angle qu'on l'aborde, sociologique, psychologique ou médiatique, le *CSI effect* semble désigner un phénomène d'adhésion à la fiction. N'est-ce pas aussi un effet de franchise qui a donné à la petite série d'origine les dimensions d'un univers de référence, plébiscité et sollicité autant par le public que par les stars de la scène médiatique ? Technique commerciale de distribution, le principe de la franchise, dès lors qu'il s'applique à une fiction, devient une stratégie narrative d'expansion et de diffusion. Sa visée est essentiellement pragmatique et c'est pourquoi sa dynamique majeure est celle de son adaptation, adaptation qui est une intégration à différents supports pour une appropriation par différents publics. Séries télévisées, novellisations, jeux vidéo, attractions ou pages internet démultiplient les manières de raconter et d'éprouver le récit *CSI*.

La franchise peut alors se concevoir comme un phénomène d'hyper-sérialisation qui en fait apparaître la dialectique de répétition et de variation et, de la télévision au jeu, permet d'identifier formes et enjeux d'une expérience plus immersive.

⁹ « Digital media take us to a place where we can act out our fantasies [...] kill our own dragons », Janet M. Murray, *Hamlet on the Holodeck*, cité dans Hutcheon, p. 113.

¹⁰ D'origine floue, cette expression émanerait de professionnels de justice et de police mécontents des risques d'impact d'une représentation irréaliste de leur travail (voir Rick Workman, « The CSI Effect », in *Investigating CSI*, éd. Don Cortez, Dallas, Benbella Books, 2006, p. 19-38). L'expression n'en est pas moins très usitée et relayée par diverses instances médiatiques, de Wikipédia à l'auteur Katherine Ramsland, qui en a tiré un ouvrage, *The CSI Effect*, New York, Berkeley Boulevard Books, 2006, ou même encore CBS, dans sa plaquette de présentation de la série (<http://www.cbsconsumerproducts.com/primetime/pdf/csi.pdf>, dernier accès août 2013).

Une atmosphère mythique

Lorsque *CSI* est apparue sur les écrans, c'est tout de suite par son expressivité qu'elle s'est fait remarquer, en proposant une forme de récit dont l'environnement perceptif singulier est le mécanisme structurant sa familiarisation. Par leur répétition et déclinaison dans les trois séries, certains procédés audiovisuels donnent à la franchise la stature d'un mythe si, à la suite de Roland Barthes, on définit celui-ci « non par l'objet de son message mais par la façon dont il le profère¹¹. »

« Who are You ? », « Won't get fooled again » et « Baba O'Riley », ces trois morceaux des Who sont les seuils d'entrée dans un monde imprégné de référents dont la présence est révélatrice de la stratégie de mythification de la franchise. Apparue seulement à la deuxième saison de la première série, l'utilisation de la musique des Who pour le générique s'est ensuite systématisée dans les séries dérivées. Du même groupe, ces trois morceaux sont un premier facteur d'unité et de cohérence entre les différentes séries mais, surtout, ils apportent une valeur ajoutée qui est celle des Who eux-mêmes, la présence de ce groupe inscrivant la série dans une mythologie pop.

Outre les Who, c'est, par ailleurs, tout un catalogue de la musique pop contemporaine que *CSI* décline dans ses séries. Des « tubes » de Coldplay, Marilyn Manson, Radiohead, Peter Gabriel, etc. sont convoqués à intervalles réguliers et donnent à la série une dynamique narrative et affective comparable à celle d'un clip. Intervenant plus particulièrement dans les scènes pré-génériques et « scientifiques » de recherche d'indices, de reconstitution, d'analyse ou d'autopsie, ces morceaux impriment leur énergie à ce qui n'en a pas forcément. La recherche scientifique se conçoit plus vraisemblablement dans la lenteur de la minutie, de la rigueur, des tâtonnements et des impasses. Médiatisée par la musique, la recherche en adopte alors la temporalité et le rythme, dont le terme est un aboutissement. Soutenant le récit ou l'exposant dans les séquences pré-génériques, les « tubes » favorisent l'illusion, au sens propre d'*in ludo*, d'entrée dans le jeu, où au jeu d'énigme du policier, s'ajoute ainsi un jeu de vitesse. Proche du vertige – l'ilinx –, la musique, par sa dynamique, participe d'une proposition plus générale de la série à être pour les téléspectateurs « l'artifice auquel on l'invite à ajouter foi, pour un temps donné, comme un réel plus réel que le réel¹². » Vecteurs d'immersion, les « tubes » le sont aussi par leur dimension affective. Peter Szendy les caractérise par leur fonction d'« inthymnité », une capacité célébrante mais aussi individuante, d'un *ethos* et d'une *psychè*

¹¹ Roland Barthes, « Le Mythe aujourd'hui », *Mythologies*, Paris, Seuil, coll. « Points-Essais », 1970, p. 192.

¹² Roger Caillois, *Les Jeux et les hommes*, Paris, Gallimard, coll. « Folio-Essais », 1991, p. 67. Ilinx, mimicry, âgon et alea sont les quatre fonctions attribuées au jeu par Caillois.

individuels reconnus et célébrés dans le collectif, qui les font « nous ressemble[r] et nous rassemble[r].¹³ » Outre sa fonction de sublimation et d'illusion, le choix de musiques préexistantes puisées dans la scène contemporaine a pour rôle de construire une connivence avec le public, en particulier avec sa frange la plus jeune. Franchisée, la série atteint les dimensions d'un gigantesque podium et d'une scène internationale. Les stars de la scène médiatique ne s'y sont pas trompées, qui voient dans *CSI* un passage obligé, voire un canal de promotion. C'est le cas de Madonna qui, au lancement de son album *Confessions On A Dance Floor*, a choisi *CSI* pour en promouvoir un morceau¹⁴. La complicité créée par les « tubes » est ainsi d'autant plus pertinente qu'elle s'ancre dans une actualité et une nouveauté aux accents d'avant-première.

Le même principe se retrouve dans la dimension plus spécifiquement visuelle des séries. Le logiciel *Photosynth*, de Microsoft, qui propose la création d'un espace virtuel à partir de photos, ou celui de simulation en trois dimensions de l'intérieur du corps, *3D-CT*¹⁵, trouvent, dans *CSI*, un canal de présentation inédit par l'effectivité et le bien-fondé que les récits donnent à leur utilisation. Mais, plus généralement, c'est surtout un certain type de plan qui a donné son cachet à la franchise, à tel point que ces plans sont désormais appelés « CSI-shots ». Courtes séquences, les *CSI-shots* sont des procédés de traitement de données narratives discernables par un grain et un style propres et ponctués par un son de flash amplifié. Ce sont les *flash-puzzles*¹⁶ qui simulent l'activité psychique et figurent aussi bien des reconstitutions partielles que des hypothèses, témoignages et souvenirs. *CSI* est un policier de type *Whodunnit ?*, c'est-à-dire un récit fondé sur la résolution d'une enquête et construit suivant la logique de l'élucidation, qui raconte autant l'histoire du crime que celle de l'enquête. Alors que, dans ce type de récit, l'histoire du crime apparaît traditionnellement dans une récapitulation finale, elle est, dans *CSI*, intégrée à la narration par le biais des *flash-puzzles*. Ce procédé permet de pallier l'étroitesse de l'espace dévolu au récit par la durée de l'épisode : sur un format de 60 minutes qui est celui du *drama de prime-time*, les épisodes de *networks* accordent 18 minutes aux pages de publicité, ce qui laisse un laps de temps de 42 minutes aux histoires. Les *flash-puzzles* satisfont d'autre part à une « esthétique du plein » dont Jean-Pierre Esquenazi fait « une caractéristique du

¹³ Peter Szendy, *Tubes, La Philosophie dans le juke-box*, Paris, Éditions de Minuit, coll. « Paradoxe », 2008, p. 77.

¹⁴ Il s'agissait de la chanson « Hung up », dans des épisodes de *CSI : Miami* (7. 2) et de *CSI NY* (7. 2), diffusés respectivement les 7 et 9 novembre 2005, pour un album commercialisé le 15 novembre.

¹⁵ Voir *CSI NY*, 4. 18 et 5. 19.

¹⁶ Mot construit sur le principe de « flash-back » : *flash* renvoie à la brièveté de la séquence, souvent réduite à un plan, et *puzzle* à son sens, qui est de proposer une résolution, contemporaine au questionnement.

medium télévisuel¹⁷ » : illustrant les paroles des personnages, ils attestent d'une primauté donnée au visuel sur la parole, celle-ci ne semblant plus suffisante à l'expression. Les *CSI-shots* sont ainsi un surcroît d'information et une illustration à double visée : il s'agit autant de s'assurer de l'intelligibilité de l'intrigue, quitte à répéter des bribes de séquences plusieurs fois, que d'étoffer l'espace visuel. Dans les deux cas, il s'agit cependant d'une saturation, fondée sur un principe d'*horror vacui*, d'horreur du vide : « ainsi le client en a davantage *more and more* et n'a plus rien à désirer¹⁸. » Bien que n'étant pas nécessaires à l'intrigue, ils sont néanmoins pertinents : la différence de grain du *flash-puzzle*, qui est une monstration du point de vue interne du discours, subjectif et affectif, produit un effet de réalité. Visible par le seul téléspectateur, outre qu'il remplit une satisfaction démiurgique, il confirme l'idée phare de la série – celle-ci donnerait à voir ce qui est généralement invisible – et renforce la vraisemblance de son univers. Cette faculté de dévoiler ce qui, la plupart du temps, n'est pas visible trouve cependant son comble dans les *CSI-shots* qui, lors des scènes de crimes ou lors des autopsies, empruntent à l'esthétique *gore*.

Le *gore* relève du même type d'utilisation que celle des *Who*, inscrivant la série dans une lignée, voire dans une « tradition » cinématographique. Genre cinématographique, sous-genre du film d'horreur, le *gore* se caractérise par des histoires pauvres, prétextes à des séquences sanglantes et viscérales à visée cathartique et grotesque¹⁹. À partir des années soixante-dix, les plans de type *gore* s'immiscent dans le cinéma grand public comme gages d'une forme d'hyper réalisme, le genre se muant peu à peu en style, voire en *topos*. C'est ainsi qu'on le retrouve dans *CSI*. Qu'il s'agisse de vers envahissant un cadavre, de murs maculés de sang ou d'un intestin difficile à extraire d'une cage thoracique, le plan *gore* est motivé par l'objectif de montrer sans tabous. En réalité, il s'agit d'une captation par la fascination et l'outrance de la monstration. Mais, alors que le cinéma *gore* était anticonformiste, son entrée dans la télévision tous publics opère un retournement. En effet, dans la série, le *gore* ne se comprend qu'une fois mis en relation avec le commentaire scientifique qui accompagne son apparition ou par sa mise en relation visuelle avec une image de type scientifique²⁰. Propos et images médicalisent le plan et lui apportent une légitimation en le dotant d'une intention pédagogique semblable à ce que l'on peut voir dans les documentaires scientifiques. Associé à un propos et à des héros policiers et

¹⁷ Jean-Pierre Esquenazi, « L'esthétique du plein », in *Télévision : questions de formes*, éd. René Gardies et Marie-Claude Taranger, Paris, L'Harmattan, 2001, p. 86.

¹⁸ Umberto Eco, *La Guerre du faux*, trad. Myriam Tanant et al., Paris, Grasset, Le Livre de poche, coll. « Biblio essais », 2008, p. 42.

¹⁹ Pour un aperçu, voir Philippe Rouyer, *Le Cinéma gore. Une esthétique du sang*, Paris, Éditions du Cerf, coll. « 7ème art », 1997.

²⁰ Voir, par exemple, *CSI NY*, 3. 2.

scientifiques, le *gore* se voit aussi discipliné et connoté axiologiquement, à sa défaveur, devenu une norme réaliste de représentation du mal.

Le phénomène est cependant révélateur du processus ayant donné à la série un caractère « culte ». Comme les Who, le *gore* est emblématique d'une époque contestataire ; on peut dire la même chose du rap dans certains épisodes²¹. Chacun ne se voit cependant utilisé que pour la face signifiante de son univers, sa résonance et son motif. S'opère un déplacement du sens vers la forme, afin d'attribuer à celle-ci une nouvelle signification. Or, c'est justement ce mouvement de translation qui caractérise le mythe selon Roland Barthes²². Traités comme signifiants, le *gore*, le tube ou tout autre signe emprunté et aussi fortement constitué (comme les citations et allusions littéraires et cinématographiques) ne perdent cependant pas totalement de leur sens, dont celui qu'ils ont en commun, d'être « cultes ». C'est précisément cette valeur qui reste ici comme une « richesse soumise²³ » et connotante.

Le succès, puis la franchisation, ont donné à la série l'aspect d'une marque désirable et enviable dont le *CSI effect* est le symptôme de sa portée historique. Il y a bien, en effet, un « avant » et un « après » *CSI*, comme en atteste la prolifération des emprunts et imitations. Il s'agit d'abord d'une influence formelle et esthétique, comme le montrent, par exemple, les *CSI-shots* dans *House MD* (Fox, 2004-12). Mais c'est surtout sémantiquement que se mesure l'impact de *CSI*, le motif des techniques scientifiques d'investigation ayant envahi les fictions policières comme *Bones* (Fox, 2005-), *Numb3rs* (CBS, 2005-10), *Crossing Jordan* (NBC, 2001-07), ou même *Dexter* (Showtime, 2006-2013). Au-delà de la science, c'est le principe d'une expertise spécifique qui s'impose en s'élargissant au domaine psychologique dans des séries comme *Criminal Minds* (CBS, 2005-), *The Mentalist* (CBS, 2008-) ou *Lie to Me* (Fox, 2009-11). À l'échelle internationale, c'est en tant que modèle de création que l'influence de *CSI* se manifeste, à travers des pastiches comme *Post-Mortem* en Allemagne (RTL, 2007-08), *RIS Policía científica* en Espagne (Telecinco, 2007), ou encore *RIS Delitti imperfetti* en Italie (Canale 5, 2005-09), adapté en France par TF1 sous le titre *RIS Police scientifique*, (2006-), chaque pays cherchant à bénéficier de la substance d'un succès tout en satisfaisant aux contraintes locales.

Loin d'être seconde, la forme audiovisuelle et perceptive est un seuil et un vecteur d'immersion dans la fiction ; par sa résonance affective, son esthétique, elle capte et vise à créer un désir mimétique.

²¹ Par exemple, *CSI : Las Vegas*, 6. 20, ou *CSI : Miami*, 2. 22.

²² Voir Barthes, *op. cit.*

²³ Barthes, p. 203.

Elle est aussi le support d'un processus de sémiotisation des séries rendu perceptible par la franchise.

Un univers illimité

L'extension de la série à deux, puis trois volets, aboutit tout d'abord à la constitution d'un univers illimité. Le premier effet de la franchise est un phénomène de transfictionnalité, d'expansion de la fiction au-delà de ses limites d'origine, dont les principaux procédés sont le *spin-off* et le *cross-over*. Bien connus des producteurs comme des fans, le *spin-off* et le *cross-over* sont des procédés d'expansion diégétique, par dérivation pour le *spin-off* et par citation, ou intertextualité, pour le *cross-over*.

Depuis 2004 (date du deuxième *spin-off*, *CSI NY*), ce sont donc trois soirs de la semaine qui diffusent les trois séries de *CSI*, octroyant à CBS un tranquille avantage quant aux taux d'audiences et donnant en outre une cohérence à la chaîne, ce qui avait d'ailleurs amené certains critiques à redéfinir l'acronyme de CBS en *Crime Broadcasting System*²⁴. Un constat quasi-identique pourrait être fait à propos de TF1, qui diffuse *Les Experts*, version doublée en français de *CSI*. « Quasi-identique », car la chaîne française exploite surtout la franchise comme un programme de stock (rediffusable) susceptible de lui donner la première place dans l'audimat. Diffusions massives (jusqu'à quatre épisodes successifs face à un match de football sur M6, par exemple) et aléatoires, au gré de l'actualité commerciale télévisuelle, *Les Experts* sont pour TF1 une forme « d'assurance tous risques ». Mais, pour en revenir à CBS, au-delà de l'aspect commercial, qu'est-ce qui se constitue dans cette diffusion multiple ?

C'est d'abord un effet de programmation. Alors qu'une fiction sérielle comme *CSI* est hebdomadaire, la franchise réduit l'écart en proposant trois volets par semaine. Si, comme le remarquait Umberto Eco, le plaisir de la série se définit par sa nature itérative, « sur cette réapparition prévue et attendue » aux « traits familiers [qui] aident à entrer dans le récit²⁵ », la familiarité qu'elle crée s'en voit renforcée, devenue quasi quotidienne. Mais, alors que pour Eco cette familiarité prend appui sur un personnage récurrent, reconnu comme « un vieil ami²⁶ », ce personnage s'efface ici, au profit d'un univers et d'une formule narrative.

²⁴ Voir Derek Kompare, *CSI*, Chichester, Wiley-Blackwell, « Studies in Film and Television » Series, 2010, p. 86 ou David Moore, « CBS : Crime Broadcasting System », *Medialife Magazine*, le 16 mai 2002, http://www.medialifemagazine.com:8080/news2002/mayo2/may13/4_thurs/news1thursday.html, consulté en janvier 2012.

²⁵ Umberto Eco, « Innovation et répétition : entre esthétiques moderne et post-moderne », *Réseaux*, n° 68, 1994, p. 12.

²⁶ *Ibid.*

CSI est un *formula show*, c'est-à-dire une structure invariante à partir de laquelle se construisent les épisodes, toujours différents. Et, alors que de nombreuses séries conçoivent leurs *spin-offs* dans le développement d'un personnage – *Angel* (WB, 1999-2004) pour *Buffy The Vampire Slayer* (WB, 1997-2003), *The Private Practice* (ABC, 2007-) pour *Grey's Anatomy* (ABC, 2005-) ou *The Lone Gunmen* (Fox, 2001) pour *The X-files* (Fox, 1993-2002) –, ou d'une autre temporalité – comme le *prequel Caprica* (SyFy, 2010-11), récit des origines de *Battlestar Galactica* (SyFy, 2003-09) –, *CSI* procède par duplication et reproduction de sa formule.

Au sein de cette répétition, les *spin-offs* introduisent donc une forme de variation. La formule, déclinée par les séries dérivées, se voit alors dotée d'un surcroît d'invention. Ce sont non seulement des histoires différentes mais aussi des personnages, atmosphères et mondes différents, comme le suggèrent explicitement les titres qui la font se déployer dans plusieurs villes – Las Vegas, Miami et New York.

Cette démultiplication en plusieurs espaces a pour effet, au niveau du sens, de renforcer la légitimité de la formule en montrant qu'elle est capable de s'adapter à différents climats. Qu'il s'agisse de la criminalité ordinaire et dépravée de Las Vegas, du trafic international plus présent à Miami ou d'une criminalité sophistiquée ou terroriste plus fréquente à New York, la formule *CSI* semble toujours efficace. Cette puissance de résolution a pu être perçue comme un facteur de succès, ce que souligne Michael Allen : « dans une Amérique de l'après 11 septembre, vulnérable, continuellement menacée [...], *CSI* apporte des certitudes et un professionnalisme implacable dans la recherche de la vérité et de la justice²⁷. »

De plus, les trois séries, finalement régies par les mêmes règles, constituent les différentes facettes d'un univers qui les dépasse et les englobe. Les différents filtres de teintes apposés aux trois séries peuvent se concevoir comme autant de points de vue sur un même univers : obscur et artificiel à Vegas, sulfureux et torride à Miami, froid et dur à New York. Si ces procédés semblent distinguer les séries, la continuité de celles-ci est cependant assurée par les *cross-overs* ayant introduit les *spin-offs* et elle est portée à son comble dans la trilogie qui a fait se réunir les trois équipes d'enquêteurs en novembre 2009²⁸. Alors que les *spin-offs* étendent le monde fictionnel au-delà de ses limites d'origine et semblent disséminer la matière narrative, le principe du *cross-over* est facteur d'une cohérence plus globale et plus

²⁷ « In a vulnerable, permanently threatened [...] post 9/11 America, *CSI* offers certainty and unrelenting professionalism in the search for truth and justice. », Michael Allen, « This much I know... », in *Reading CSI, Crime TV Under the Microscope*, éd. Michael Allen, New York, I. B. Tauris, p. 8.

²⁸ Il s'agit de *CSI : Miami*, 8. 7 (diffusé le 9 novembre 2009), de *CSI NY*, 6. 7 (diffusé le 11 novembre 2009) et de *CSI LV*, 10. 7 (diffusé le 12 novembre 2009).

profonde par l'effet de coexistence qu'il crée. C'est de cette manière que la série, devenue franchise, accède aux dimensions d'un univers.

Thomas Pavel a montré que les mondes fictionnels sont par essence incomplets, limités à la connaissance dispensée par le texte²⁹. Incomplète, une série comme *CSI*, de type *formula show*, l'est d'autant que l'univers qu'elle déploie est finalement très restreint et répétitif. Les *spin-offs* et *cross-overs* permettent de créer une ouverture, en suggérant l'horizon d'un monde possible, voire illimité, et c'est alors une dynamique de désir de complétude de l'univers fictionnel que la franchise met en place, vectrice d'un engagement plus soutenu. Et cela du fait aussi que les personnages des séries sont dotés d'une épaisseur existentielle et psychologique qui n'affleure que par intermittences et secondairement. La dimension feuilletonnante des séries, qui amène à suivre notamment l'évolution des couples qui se sont formés, n'arrive que tardivement, de manière surajoutée. Mais, de l'aveu même d'Anthony Zuiker, ce n'est pas le propos de la série : ce qui compte, c'est le « *process* », « voir comment on ratisse une pièce ou comment fonctionne l'analyse ADN³⁰. » Si les séries peuvent se répartir en deux types selon qu'elles orientent leurs dominantes vers les personnages ou vers l'action, *CSI*, en tant que *formula show*, relève du deuxième type.

Ce désir de complétude s'étend, au-delà de *CSI*, aux autres fictions de la chaîne, lorsque *CSI* croise d'autres séries de CBS, comme *Two and a Half Men* (CBS, 2003-), sur le mode parodique³¹, *Cold Case* (CBS, 2003-10) ou *Without a Trace* (CBS, 2002-09). Bien que proposés pour relancer les audiences de ces dernières, les croisements de *CSI* avec d'autres séries sont en réalité un bénéfice symbolique pour la franchise : quel que soit son univers d'intervention, encore une fois, dans chacun de ces épisodes, *CSI* confirme sa capacité à résoudre, apportant à d'anciennes affaires « some fresh eyes³² ». Cette remarque de Stella Bonasera de *CSI NY* à Scotty Valens de *Cold Case*, loin d'être anodine, exprime en fait un motif essentiel de *CSI*. Ces yeux, ou plutôt ce regard, est celui qui se constitue dans le cadre d'appréhension des affaires et du réel qu'est le *crime lab*.

La démultiplication des espaces entre les trois séries se prolonge, au niveau micro-structural, par une fragmentation de l'action des épisodes en plusieurs enquêtes. Les scènes de crimes semblent pouvoir se renouveler indéfiniment entre espaces naturels (désert, océan) et urbains, eux-mêmes démultipliés localement (hôtels, maisons, universités, entreprises), et selon les sphères d'activité où le crime a eu lieu (convention de nains, communautés religieuses, société

²⁹ Voir Thomas Pavel, *Univers de la fiction*, Paris, Seuil, coll. « Poétique », 1988.

³⁰ « to see how you "string a room" or watch how the process of DNA works », James L. Longworth, *TV Creators, Conversations with America's Top Producers of Television Drama*, Vol. 2, Syracuse, New York, Syracuse University Press, 2002, p. 98.

³¹ *Two and a Half Men*, 5. 17.

³² *CSI NY*, 3. 22.

des amis de Sherlock Holmes, univers carcéral, bibliophiles, course automobile, courtiers en bourse, etc.). Au sein de ce mouvement se distingue donc le *crime lab*, lieu unique, récurrent, et qui agit à ce titre en espace d'ancrage. Inaltérable face à une diversité spatiale constamment renouvelée, il favorise d'autre part un sentiment de familiarité, renforcé, par la fixité même du lieu, d'une dimension sécurisante. Il est ainsi un lieu d'attache et d'attachement, comme en témoigne intradiégétiquement l'assimilation de cet espace à un lieu de vie pour l'équipe. De cette manière, il se pose en structure constitutive du monde, lieu de confiance dont la récurrence a pour effet de confirmer la croyance en son efficacité à résoudre. C'est, du reste, l'espace quasi unique qui structure les jeux, jeux vidéo mais aussi jeux de plateaux et attractions. Or, cet espace est essentiellement lié à l'activité scientifique – la criminalistique –, figuration et motif de la formule *CSI*.

Une formule pertinente

« Innombrables sont les récits du monde » a pu dire Roland Barthes³³. Si la fiction est une constante universelle, cela tient en partie à ses propriétés cognitives. Imiter, simuler, représenter, c'est en effet avant tout connaître. Par la compétence et l'attitude qu'elle déploie, la fiction « nous permet d'accéder à ce qui constitue la finalité véritable de tout dispositif fictionnel³⁴ », qui est sa fonction de modélisation. Par modélisation fictionnelle, il faut entendre cette capacité qu'a une fiction de proposer une forme de mise en intelligibilité du réel. Par rapport à cette fonction, la série, en tant que récit, intervient en amont dans une configuration de l'expérience dont l'objectif, pour reprendre la terminologie de Paul Ricoeur, est d'atteindre ce « sens plein, lorsque [le récit] est restitué au temps de l'agir et du pâtir³⁵. » À une forme chatoyante, séduisante et une propension universaliste, *CSI* ajoute une formule pertinente et, de ce fait, appropriable.

L'adaptabilité de *CSI* à d'autres univers fictionnels tient, en effet, non pas tant à un univers expressif qu'à un mode d'appréhension où, davantage qu'un schéma narratif, la formule narrative fonctionne en un schème opératoire, une modélisation. Chaque épisode débute par la découverte d'un crime qui donne lieu à un relevé d'indices, puis à leur interprétation, jusqu'à identification d'un coupable ; en cela, *CSI* ne déroge pas au principe du policier de type *Whodunnit ?*, qui repose sur une énigme à résoudre. La même formule se retrouve structurer les jeux : à partir d'une scène de crime, le joueur relève des indices, les

³³ Roland Barthes, « Introduction à l'analyse structurale des récits », *Communications*, n°8, 1966, p. 1.

³⁴ Schaeffer, p. 198

³⁵ Paul Ricoeur, *Temps et récit, I, L'Intrigue et le récit historique*, Paris, Seuil, coll. « Points-Essais », 1991, p. 136.

analyse au *crime lab*, puis identifie des suspects, les interroge, jusqu'à résolution de l'affaire. À cette logique téléologique se superpose la méthode scientifique : dans sa forme minimale, la formule peut se résumer en un schéma en quatre temps qui comprendrait la question (la scène de crime), l'hypothèse (la sélection et le relevé d'indices), l'expérience (l'analyse des indices) et la vérification (l'interrogatoire des suspects). On retrouve le principe de la méthode expérimentale, qui commande en fait au déroulement des enquêtes et produit différents *topoi* que sont les séquences de fouilles des lieux, d'autopsie, d'analyses et d'interrogatoires, séquences qui sont singularisées par un important travail esthétique. Chaque épisode, chaque partie de *CSI*, est réglé selon ces invariants. L'immuabilité de ce schéma devient dès lors celle d'un protocole, substituant au cadre fictionnel un cadre d'expérience démonstratif, caractérisé, selon Erving Goffman, par la « répétition technique³⁶ ». Ce type de cadres vise en particulier à l'apprentissage d'une tâche qui, par sa répétition, a pour objectif son appropriation.

De nombreux produits non fictionnels ainsi que les jeux de la franchise développent justement cet aspect pédagogique, aspect qu'Anthony Zuiker ne dément pas, allant jusqu'à affirmer que « les gens connaissent la science maintenant ; ils regardent *CSI*³⁷ ». De fait, si le plaisir de l'invariabilité et de la récurrence d'une configuration narrative facilite son accessibilité, elle amène aussi les téléspectateurs à déployer une forme de compétence procédurale, la répétition technique de la formule constituant un processus de familiarisation c'est-à-dire ce qui permet, selon Pascal, « d'acquérir la connaissance facile d'une chose par la pratique³⁸ » ; cet effet se décuple dans le passage de la série au jeu. Ici, c'est donc dans son sens littéral qu'il faut comprendre le genre du *police procedural*, sous-genre montrant le travail concret et quotidien des policiers, auquel appartient *CSI*. La familiarisation de la répétition rend la fiction appropriable et met en place les conditions de sa modélisation, en tant que relation d'analogie de la fiction avec l'expérience vécue. Même si les nombreux effets spéciaux et le rythme de la série donnent à l'imagerie et à la méthode scientifique un caractère d'irréalité, leur articulation avec une actualité temporelle, médiatique, sociale ou journalistique, les rend non seulement vraisemblables mais aussi envisageables, comme cadre

³⁶ Erving Goffman, *Les Cadres de l'expérience*, trad. Isaac Joseph, Paris, Les Éditions de Minuit, 1991, p. 68 et suivantes.

³⁷ « People know science now; they watch *CSI* », propos d'Anthony Zuiker rapportés par Vince Gonzales, correspondant pour CBS News, février 2005, disponibles en ligne : <http://www.cbsnews.com/stories/2005/02/10/eveningnews/main673060.shtml>, consulté en janvier 2012.

³⁸ Blaise Pascal, *Esprit géométrique*, cité dans la définition de « familiarisation » du *TLFi : Trésor de la Langue Française informatisé*, accessible en ligne : [http://atilf.atilf.fr/dendien/scripts/tlfiv5/advanced.exe?8;s=618385965](http://atilf.atilf.fr/dendien/scripts/tlfiv5/advanced.exe?8;s=618385965;), dernier accès août 2013.

d'expérience, c'est-à-dire de résolution et d'interprétation du réel, et schème interprétatif du monde. De ce point de vue, l'ancrage réaliste de la série fait partie des leurres attentionnels favorisant l'immersion par l'intérêt qu'il suscite.

D'autre part, si la science, telle qu'elle est représentée dans *CSI*, peut paraître fantasmagorique, elle résonne cependant avec l'*épistémè* contemporaine, technologique. C'est tout d'abord un ensemble de machines dont la particularité est leur congruence avec l'environnement écranique et numérique du téléspectateur et du joueur. Source de connaissance, de précision, l'écran représente, dans *CSI*, une interface privilégiée dans l'appréhension du monde. Une bonne partie de l'activité procédurale passe par le visionnage de sites *web* et par l'utilisation de logiciels ou de caméras de surveillance. Il se produit alors un prolongement entre le medium de diffusion et la fiction, prolongement renforcé dans les jeux vidéo où les interfaces de bases de données se fondent, le temps de leur consultation, avec l'espace ludique du joueur qu'est l'ordinateur. De la sorte, le joueur peut avoir l'impression de réellement et directement agir dans l'enquête et s'immerge dans la fiction.

L'activité scientifique passe aussi par un ensemble d'objets : le bâton préleveur d'ADN, la brosse pour empreintes, les gants en latex ou les kits de moulage. Tous ces gadgets donnent à l'enquête une impression de simplicité et de maîtrise, plaisante, se situant aux frontières du ludique tant ils visent à constituer une panoplie. La maîtrise de leur utilisation est, du reste, un objectif dans les jeux vidéo et donne lieu à des points de pertinence et de compétence ; on retrouve ce principe dans le jeu en ligne issu de l'exposition itinérante³⁹.

Ensemble de savoir-faire et de règles à suivre, la formule de *CSI* est une formule essentiellement ludique, ce qui explique la facile transposition de la série au jeu. La fiction n'est donc plus tant un système symbolique sous-tendu par des émotions qu'une chaîne d'objets à manipuler conformément à un protocole procédural. En témoigne, par exemple, la soumission du personnage, et du joueur, aux impératifs légaux et scientifiques de la preuve.

Personnages et modes d'engagement

Un dernier facteur agissant dans l'immersion fictionnelle opérée par la franchise concerne le système des personnages. L'expression *formula show*, qui désigne le genre auquel appartient *CSI*, davantage qu'une étiquette générique, est un principe fondamental et structurant qui en résume la nature : une formule⁴⁰.

³⁹ Accessible à l'adresse : <http://forensics.rice.edu/>, consulté en janvier 2012.

⁴⁰ Le terme « formule » est utilisé ici dans son sens courant et non dans celui défini par John G. Cawelti (*Adventure, Mystery and Romance, Formula Stories as Art and Popular*

Faite de différents ingrédients relevant tant de sa forme que de son contenu, *CSI* est un enchaînement de séquences et d'outils qui, du fait de leur micro-structure, constituent autant de modules susceptibles de s'intégrer à d'autres supports que la télévision. De plus, le caractère formulaire et ludique constitue, en particulier, une ouverture à l'intégration, dans la fiction – le jeu –, d'un tiers, téléspectateur, joueur.

En 1981, Steven Bochco inaugure avec la série *Hill Street Blues* (NBC, 1981-87), une conception scénaristique modulaire des séries dont l'un des impacts majeurs touche la conception des personnages : du héros unique de *Mannix* (CBS, 1967-75) ou de *Columbo* (NBC puis ABC, 1971-2003), le héros devient multiple, se transforme en une équipe de personnages. On retrouve ce même système dans *CSI*, où les équipes comptent une dizaine de personnages récurrents : experts (six à Las Vegas, cinq à Miami et six à New York), légistes (un, parfois deux) et inspecteurs (un ou deux). En somme, la variation géographique des séries est aussi une variation de personnages : devenus interchangeable, les personnages sont des rôles, endossables à l'infini, et constituent ce que David Buxton désigne comme une avatarisation des personnages⁴¹. L'équipe dans son ensemble correspond alors à ce que Vincent Jouve appelle un effet-prétexte du personnage, où ce dernier est « perçu comme élément d'une scène », « support permettant de vivre imaginairement les désirs barrés par la vie sociale⁴² ». La télévision est un médium caractérisé par sa présence dans les foyers, le quotidien, et c'est pourquoi ses programmes tendent à adopter un caractère domestique. Aux États-Unis, elle est, d'autre part, dès ses débuts, perçue comme un instrument fédérateur, canal relayant, discutant ou entérinant les évolutions de la société. Cette fonction est perceptible dans les débats exposés par les fictions judiciaires. Mais, en réalité, cette spécificité du médium a un impact plus profond sur la matière et la manière des récits. La diversité des équipes peut se voir comme une figuration de la société dans laquelle évoluent les téléspectateurs. Ainsi, la représentativité du personnage « ethnique » dans la franchise change et s'adapte en fonction du lieu : c'est l'objet de l'insertion d'un personnage hispanisant, Eric Delko, dans *CSI : Miami*, ville où, dans la réalité, la communauté cubaine occupe une place importante. Mais cette diversité s'applique aussi à la représentation des âges et des sexes. L'équipe s'assimile alors, en deçà de la société, à une famille, avec sa mixité et des différences d'âges

Culture, Chicago, University of Chicago Press, 1976) et repris par Jean-Pierre Esquenazi (*Les Séries télévisées, L'Avenir du cinéma ?*, Paris, Armand Colin, 2010, p. 88 et suivantes), comparable à un genre.

⁴¹ David Buxton, *Les Séries télévisées, Forme, idéologie et mode de production*, Paris, L'Harmattan, 2010, p. 41.

⁴² Vincent Jouve, *L'Effet-personnage dans le roman*, Paris, PUF, coll. « Écritures », 2008, p. 50.

correspondant aux fonctions de parents, d'ainés et de cadets. Cette assimilation de l'équipe à une famille est explicite dans de nombreuses répliques des protagonistes au fil des saisons. Par sa dimension réfléchissante, le personnage est un seuil d'accessibilité privilégié à l'univers fictionnel. Mais c'est aussi parce qu'il est un porte-parole, un « héraut », que le personnage de fiction télévisée se distingue. Ce traitement est perceptible dans les figures féminines et les affaires qui leur sont dévolues : les crimes relatifs aux enfants pour la mère célibataire Catherine Willows, les viols pour la jeune femme indépendante qu'est Sara Sidle... De la même manière, on peut regarder les dernières scènes d'épisodes où s'énonce un dernier mot ou regard sur le monde comme assurant une fonction médiatrice entre les téléspectateurs et l'intrigue (s'agissant des problèmes moraux qu'elle a pu soulever). Mc Taylor endosse ce rôle dans la dernière séquence du premier épisode de *CSI NY*, quand il est sur le site de *Ground Zero* et que des plans successifs partent de lui vers la ville, puis le ciel, le déplaçant de son caractère héroïque et exceptionnel vers la communauté et le conduisant à exprimer une interrogation métaphysique sur les causes de l'attentat.

Substitut, modèle, porte-parole, le personnage est doté d'un rôle qui en fait un support d'immersion privilégié dans la fiction. Mais celle-ci opère aussi parce qu'il est une fonction. *CSI* étant une série centrée sur l'action, chaque personnage est d'abord caractérisé par une fonction qui est une spécialité d'expertise : analyse de sang, de matériaux, de fibres, balistique, etc. De ce fait, il est d'abord un actant, au service de l'enquête et du récit. Le personnage-équipe, mobile et évolutif, peut alors se concevoir dans la perspective de son ouverture à d'autres personnages, dont le téléspectateur devenu joueur.

Ce dernier se trouve, en effet, dans les jeux vidéo, faire partie de l'équipe des experts de *CSI* et est amené à collaborer sur chaque affaire avec l'un d'entre eux. Ce sont les acteurs de la série qui prêtent leurs voix à leurs avatars. Le passage de la série au jeu ne relève donc pas uniquement d'un changement de médium mais aussi bien d'un mode d'engagement dans la fiction : du montrer de l'audiovisuel, on passe à un mode participatif et interactif où ce qui se propose au joueur n'est plus d'assister au déroulement de l'enquête mais de la résoudre directement. Ainsi, le téléspectateur, devenu joueur, se voit-il intégré à l'univers fictionnel ; c'est l'objectif de Zucker lorsqu'il parle d'expérience d'immersion que d'en varier les postures.

Ceci est, d'autre part, facilité par un jeu en point de vue de première personne où, comme on l'a dit précédemment, l'essentiel de l'enquête passe par un ensemble d'actions (et de règles à suivre). L'immersion dans la fiction s'opère par la prise de décision et l'implication physique qu'exige le jeu : le jeu, notamment vidéo, entraîne, en effet, « une inversion des relations hiérarchiques entre

perception intra-mondaine et activité imaginative⁴³ », caractéristique de l'immersion. C'est probant dans les parcs à thème et l'exposition itinérante, où le joueur-visiteur marche, explore, etc., mais aussi dans les jeux vidéo où l'intérêt et la concentration sont maintenus par la perspective d'une récompense.

Celle-ci est essentiellement un score à atteindre, décomposé en différentes rubriques (minutie, pertinence, compétence), qui sanctionnent l'acuité du joueur. Celui-ci est intégré à l'équipe en tant que « rookie », débutant, chaperonné par un des membres de l'équipe ; on retrouve là, explicitement, la dimension pédagogique revendiquée par la franchise. Davantage que des connaissances scientifiques ou de l'initiative, les récompenses portent sur des règles de protocole et de procédure : lorsque le joueur interroge un témoin, le dialogue est déjà prévu d'avance sans possibilité d'y déroger, ces jeux n'offrant pas de choix multiple comme c'est le cas dans d'autres. Qui plus est, au moindre écart, le joueur se voit sermonné par son expert-tuteur ou, s'il oublie quelque chose, reçoit un mail du superviseur sur son PDA avant même que l'avancée du jeu ne soit bloquée. Le jeu, pour être réussi, implique donc de la concentration et une certaine réactivité aux objets. L'activité principale du jeu consistant dans les reconstitutions d'ADN, d'empreintes ou d'objets brisés, c'est donc, pour l'essentiel, un jeu statique de type puzzle auquel les risques de sanction ou de blocage ajoutent alors un certain rythme et une illusion d'efficacité lorsque celui-ci est tenu.

Enfin, c'est aussi un changement de temporalité. « Le fait que l'on doive rester assis à un moment spécifique et trouver quelque chose à regarder – c'est un problème⁴⁴ » avance Zuiker comme motif premier de son désir de créer un dispositif transmédiatique. Alors que la série est tenue à un créneau horaire et hebdomadaire fixe, le jeu offre une disponibilité, sans limites autres que celles posées par le joueur. Proposant cinq enquêtes conçues comme des mini-épisodes, le jeu agit en palliatif des vides entre les épisodes et peut alors se concevoir comme une forme de *spin-off* personnalisé. Ainsi se réalise le vœu d'Anthony Zuiker de « transport[er] les gens d'une réalité à une autre. C'est pour cela que la série est importante comme divertissement pour le monde entier, et aussi comme jeu⁴⁵. »

⁴³ Schaeffer, p. 180.

⁴⁴ « The fact that we have to sit at a specific time and find something to watch — it's a problem. » ; *infra*, note 6.

⁴⁵ Propos d'Anthony Zuiker, cités traduits par David Buxton, p. 108.

CSI brand

TV III⁴⁶ est cet âge de la télévision amorcé par le *Telecommunications Act* de 1996, qui a entériné la dérégulation médiatique et ainsi ouvert une période de concurrence entre des chaînes qui, de plus en plus nombreuses, ont également contribué à une fragmentation de l'audience. Les années 2000 voient aussi la déferlante de la télé-réalité, dont l'énorme succès bouleverse les habitudes télévisuelles et dont les programmes, qui semblent déclinables à l'infini, augurent une période dominée par le « télé-marketing⁴⁷ ». Pour les séries de fiction, c'est néanmoins un nouvel « âge d'or⁴⁸ » grâce, en particulier, aux séries du câble, comme celles d'HBO. Mais le câble bénéficie de conditions particulières – absence de publicités, liberté face aux règles de bienséance imposées par la FCC – que les *networks* ne connaissent pas. Pour un *network* comme CBS, la concurrence est rude : c'est la *post-broadcast era*, qui marque la fin de l'hégémonie historique des *Big Three* (CBS, ABC, NBC). C'est donc d'abord en fonction de ce contexte médiatique que doit se comprendre la tendance croissante aux franchisations de séries.

TV III est, d'autre part, l'ère du numérique, avec l'expansion de nouveaux médias dont le jeu vidéo ou Internet. Perçus d'abord comme annonçant la « fin de la télévision⁴⁹ », ces nouveaux médias se sont en réalité davantage adjoints aux « anciens », comme la télévision ou le cinéma, pour une convergence médiatique. Pour Henry Jenkins, qui l'a théorisée⁵⁰, la convergence rend possibles de nouvelles formes de récit, dont la conception est transmédiatique. C'est l'objectif de Zuiker lorsqu'il parle de *cross-platform storytelling*. Si la franchise *CSI* n'en relève cependant pas exactement, c'est parce qu'elle ne propose pas sur ses différents supports des contenus qui se complètent, se suivent ou s'additionnent, point essentiel pour Jenkins et que Zuiker a d'ailleurs développé dans un projet ultérieur alliant livre et site internet, *Level 26*⁵¹. De la télévision au jeu, voire à Internet, la franchise *CSI* n'offre qu'une vaste déclinaison de contenus qui se répètent. Cela tient à la nature épisodique du *formula show* de la série initiale. De ce fait,

⁴⁶ Sur cette notion, voir Mark C. Rogers, Michael Epstein, Jimmie Reeves, « The Sopranos as HBO Brand Equity : The Art of Commerce in the Age of Digital Reproduction », in *This Thing of Ours, Investigating The Sopranos*, éd. David Lavery, New York, Wallflower Press, 2002, p. 42-57.

⁴⁷ François Jost, *L'Empire du loft*, Paris, éditions La Dispute, série « Des mots sur les images », 2002, p. 9.

⁴⁸ Lisa Schwartzbaum, « TV is King! », *Entertainment Weekly*, 24 mars 2006, <http://www.ew.com/ew/article/0,,1176435,00.html>, consulté en janvier 2012.

⁴⁹ Jean-Louis Missika, *La Fin de la télévision*, Paris, Seuil, coll. « La République des idées », 2006.

⁵⁰ Voir Henry Jenkins, *Convergence Culture, Where Old and New Media Collide*, New York, Londres, New York University Press, 2006.

⁵¹ Anthony Zuiker, *Level 26*, trad. Pascal Loubet, Paris, Éditions Michel Lafon, 2009 ; <http://level26.com/> ; codes d'accès au site donnés au fur et à mesure de la lecture.

néanmoins, la franchise peut se percevoir comme une forme maximisée du principe de sérialité et, alors, à partir de ses différentes occurrences, peuvent apparaître les modalités qui font sa pertinence symbolique.

Pour des séries comme *Stargate*⁵² ou *Buffy the Vampire Slayer* (The WB puis UPN, 1997-2003), la franchise s'apparente au déploiement de véritables cosmogonies, mues par une thématique de la quête, légitimée par leur genre science-fictionnel ou fantastique. *CSI* est une série policière et, si elle met en scène, à ce titre, un combat du bien contre le mal, une quelconque résolution qui verrait la suprématie achevée du bien ou du mal l'engagerait dans un registre merveilleux ou surnaturel. Or, précisément, *CSI* est une série réaliste.

Mais la franchise est une stratégie de marque. Face à une stratégie sémantique de mythification développée par d'autres franchises, *CSI* répond par emprunts et détournements de référents iconisés visant à l'inscrire dans une tradition de *pop culture*. Kitsch, en ce qu'elle privilégie l'esthétisme au détriment d'un propos éthique⁵³, la formule n'en atteint pas moins au « culte ». D'apparence transgressive, intertextuelle, sa forme propose un vaste réseau d'emprunts culturels favorable à donner à un genre policier qui s'érousse, au moment où paraît *CSI*, une allure innovante et distincte. Il s'agit aussi de créer une connivence. Par son effet de continuité avec le monde des téléspectateurs, l'habillage audiovisuel de *CSI* propose une forme de reconnaissance accordée à celui-ci tout en instaurant une relation de caractère ludique par le jeu de la référence qu'il installe. Bien qu'encore peu prégnante dans *CSI*, cette stratégie de captation des téléspectateurs par la mise en place d'un jeu herméneutique s'est particulièrement développée dans la dernière décennie comme passerelle entre la télévision et Internet : *Lost* (ABC, 2004-10) et la *Lostpedia* en sont l'exemple le plus abouti.

Mais c'est surtout dans sa formule que *CSI* trouve sa marque, en s'affichant comme « la proposition d'un monde que je pourrais habiter et dans lequel je pourrais projeter mes pouvoirs les plus propres⁵⁴. » À examiner les différentes formes du *CSI effect* telles qu'elles sont recensées, leur point commun est de percevoir la série comme

⁵² Franchise issue du film de Roland Emmerich (1994), développée, pour la télévision, en trois séries : *Stargate SG-1* (Showtime puis SyFy, 1997-2007), *Stargate Atlantis* (SyFy, 2004-09) et *Stargate Universe* (SyFy, 2009-11).

⁵³ Voir à ce propos l'épisode « Pirates of the Third Reich », *CSI Las Vegas*, 6. 15, qui met en scène un criminel, médecin nostalgique du nazisme. Cet épisode illustre ce que Saul Friedländer décrit, en 1982, comme caractéristique d'une nouvelle représentation du nazisme, qui en réactualise la puissance de fascination par un « kitsch de la mort », esthétique fondée sur « la constante identification du nazisme et [...] d'une mort ritualisée, stylisée, esthétisée, d'une mort qui se veut porteuse d'horreur, de décrépitude, de monstruosité, mais qui apparaît comme une *véneuse apothéose* », (in *Reflets du nazisme*, Paris, Seuil, 1982, p. 41).

⁵⁴ Ricœur, p. 152.

susceptible de tenir un propos et d'avoir un regard, *vrais*, sur le monde. C'est une constante des séries que de tisser, dans la fiction, un lien avec l'actualité intra-mondaine. Que celle-ci prenne la forme très concrète d'un fait divers (les nombreuses variantes de cas similaires à l'affaire O. J. Simpson), d'une allusion directe (à une marque, un lieu ou une personne), de la mise en scène d'une problématique morale posée par l'évolution de la société ou, plus simplement, de la concordance entre la temporalité fictionnelle et la temporalité réelle (les épisodes de Noël ou d'Halloween), elle constitue un effet de réel qui crée un écart plus ou moins grand avec la réalité suivant les séries. Cette manière réaliste vise à simuler un mode d'énonciation « authentifiant » – qui donne « de vraies assertions sur notre monde, et [...] des informations pour en améliorer la connaissance⁵⁵ » – à partir duquel les séries peuvent se concevoir comme une structuration de l'expérience éparsée du quotidien. Judiciaire, policier, médical, les genres sériels majeurs se distinguent par leur dominante professionnelle qui offre, de ce fait, un cadre d'appréhension spécifique du réel. Mais c'est aussi vrai de genres plus fantaisistes comme ceux de la science-fiction ou du fantastique si l'on songe à la dimension missionnaire de *Stargate* ou à l'empowerment porté par *Buffy The Vampire Slayer*. C'est le propre de l'expérience esthétique, selon Hans-Robert Jauss, que d'établir « le jeu [...] d'une communication sur les deux plans de la forme et du sens », où ce dernier adopte « le caractère [...] d'une réponse⁵⁶. » Quelle réponse donne *CSI* ? Le personnage de Catherine Willows semble en proposer une lorsqu'elle affirme que « la médecine légale est plus que la science. Le comportement humain. Les incohérences du comportement humain. Oui, le "comment" est important mais aussi le "pourquoi"⁵⁷ ». Il s'agirait donc ici, grâce à la criminalistique, de comprendre les méandres de l'âme humaine. Le succès, tant public que médiatique, de *CSI*, repose sur les sciences médico-légales, représentées par la série comme une promesse de déchiffrement du monde, idéalisée par son infailibilité et sa valeur de vérité. C'est alors proprement une forme d'appareil sémiologique que propose la série. Car, alors que pour Jauss, la « réponse » se situe dans le sens, elle tient, dans la série, aussi dans sa forme. Le récit sériel pourrait alors se percevoir comme une mise en scène ostensive de sa propre fonction modélisante. Par son caractère répétitif, la série installe non seulement une routine, une habitude mais développe aussi une compétence qui en permet l'appropriation. L'appropriation se caractérise, en effet, autant par l'intériorisation de savoirs et savoir-

⁵⁵ François Jost, *La Télévision du quotidien, entre réalité et fiction*, Bruxelles, DeBoeck Université, coll. « Ina-Médias recherche », 2001, p. 19.

⁵⁶ Hans-Robert Jauss, *Pour une esthétique de la réception*, trad. Claude Maillard, Paris, Gallimard, coll. « Tel », 1990, p. 270.

⁵⁷ « Forensics is about more than science. Human behavior. The inconsistencies of human behavior. Yes, "how" is crucially important, but so is "why" », *CSI Las Vegas*, 1. 5.

faire perçus comme adaptables à un usage défini que par l'action visant à les rendre siens⁵⁸. C'est l'objectif quasi-ostentatoire du passage de la série au jeu.

Au-delà cependant de cette stratégie particulière de communication, l'impact de la franchise *CSI*, dont la dynamique principale est celle de l'adaptation de la série en jeu, suggère que la pertinence de la série, et du principe de répétition qui la fonde, puisse précisément se trouver dans cette forme ludique. *CSI* est en effet une « aire intermédiaire d'expérience », fonction que Winnicott donne au jeu : « L'acceptation de la réalité est une tâche sans fin et nul être humain ne parvient à se libérer de la tension suscitée par la mise en relation de la réalité du dedans et de la réalité du dehors ; cette tension peut être soulagée par l'existence d'une aire intermédiaire d'expérience qui n'est pas contestée⁵⁹. » Répéter pour construire : par ses stratégies d'immersion et d'appropriation, le récit sériel propose une forme de fiction dont la pertinence s'organise dans une capacité à concorder avec l'expérience humaine, collective et individuelle, de s'y assimiler et d'en répondre.

Bibliographie

ALLEN Michael (éd.), *Reading CSI, Crime TV Under the Microscope*, Londres, I. B. Tauris, 2007.

BARTHES Roland, « Introduction à l'analyse structurale des récits », *Communications*, n°8, 1966, p. 1-27.

BARTHES Roland, *Mythologies*, Paris, Seuil, coll. « Points-Essais », 1970.

BUXTON David, *Les Séries télévisées, Forme, idéologie et mode de production*, Paris, L'Harmattan, 2010.

CAILLOIS Roger, *Les Jeux et les hommes*, Paris, Gallimard, coll. « Folio-Essais », 1991.

CAWELTI John, *Adventure, Mystery and Romance, Formula Stories as Art and Popular Culture*, Chicago, University of Chicago Press, 1976.

CORTEZ Don (éd.), *Investigating CSI*, Dallas, Benbella Books, 2006.

⁵⁸ Perla Serfaty-Garzon, *Chez soi, les territoires de l'intimité*, Paris, Armand Colin, 2003, p. 89 et suivantes.

⁵⁹ Donald W. Winnicott, *Jeu et réalité*, trad. Cl. Monod et J.-B. Pontalis, Paris, Gallimard, coll. « Folio-Essais », 2009, p. 30.

ECO Umberto, « Innovation et répétition : entre esthétiques moderne et post-moderne », *Réseaux*, n° 68, 1994, p. 9-26.

ECO Umberto, *La Guerre du faux*, trad. Myriam Tanant *et al.*, Paris, Grasset, Le Livre de poche, coll. « Biblio essais », 2008.

ESQUENAZI Jean-Pierre, *Les Séries télévisées, L'Avenir du cinéma ?*, Paris, Armand Colin, 2010.

ESQUENAZI, Jean-Pierre, « L'esthétique du plein », in *Télévision : questions de formes*, éd. René Gardies et Marie-Claude Taranger, Paris, L'Harmattan, 2001, p. 85-95.

FRIEDLÄNDER Saul, *Reflets du nazisme*, Paris, Seuil, 1982.

GOFFMAN Erving, *Les Cadres de l'expérience*, trad. I. Joseph, Paris, Les Éditions de Minuit, 1991.

HUTCHEON Linda, *A Theory of Adaptation*, New York, Routledge, 2006.

JAUSS Hans-Robert, *Pour une esthétique de la réception*, trad. Cl. Maillard, Paris, Gallimard, coll. « Tel », 1990.

JENKINS Henry, *Convergence Culture, Where Old and New Media Collide*, New York, Londres, New York University Press, 2006.

JOST François, *L'Empire du loft*, Paris, éditions La Dispute, série « Des mots sur les images », 2002.

JOST François, *La Télévision du quotidien, entre réalité et fiction*, Bruxelles, DeBoeck Université, coll. « Ina-Médias recherche », 2001.

JOUVE Vincent, *L'Effet-personnage dans le roman*, Paris, PUF, coll. « Écritures », 2008.

KOMPARE Derek, *CSI*, Chichester, Wiley-Blackwell, « Studies in Film and Television » Series, 2010.

LONGWORTH James, *TV Creators, Conversations with America's Top Producers of Television Drama*, Vol. 2, New York, Syracuse University Press, 2002.

MISSIKA Jean-Louis, *La Fin de la télévision*, Paris, Seuil, coll. « La République des idées », 2006.

RAMSLAND Katherine, *The CSI Effect*, New York, Berkeley Boulevard Books, 2006

RICCEUR Paul, *Temps et récit, I, L'Intrigue et le récit historique*, Paris, Seuil, coll. « Points-Essais », 1991.

ROGERS Mark, Michael EPSTEIN et Jimmie REEVES, « The Sopranos as HBO Brand Equity: The Art of Commerce in the Age of Digital Reproduction », in *This Thing of Ours, Investigating The Sopranos*, éd. Lavery David, New York, Wallflower Press, 2002.

ROUYER Philippe, *Le Cinéma gore. Une esthétique du sang*, Paris, Éditions du Cerf, coll. « 7ème art », 1997.

SCHAEFFER Jean-Marie, *Pourquoi la fiction ?*, Paris, Seuil, coll. « Poétique », 1999.

SERFATY-GARZON Perla, *Chez soi, les territoires de l'intimité*, Paris, Armand Colin, 2003.

SZENDY Peter, *Tubes, La Philosophie dans le juke-box*, Paris, Éditions de Minuit, coll. « Paradoxe », 2008.

TUROW Joseph, *Media Today, An Introduction to Mass Communication*, New York, Routledge, 2008 (3e édition).

WINNICOTT Donald, *Jeu et réalité*, trad. Cl. Monod et J.-B. Pontalis, Paris, Gallimard, coll. « Folio-Essais », 2009.

ZUIKER Anthony, *Level 26*, trad. Pascal Loubet Paris, Éditions Michel Lafon, 2009.

L'auteur

Hélène Monnet-Cantagrel est enseignante et prépare une thèse en Sciences de l'Information et de la Communication, consacrée aux séries télévisées (format et franchises) sous la direction de François Jost, CIM, CEISME, à l'Université Paris III-Sorbonne Nouvelle.