



**HAL**  
open science

## L'autoreprésentation du scénariste dans la série télévisée : Tina Fey et 30 Rock

François-Ronan Dubois

► **To cite this version:**

François-Ronan Dubois. L'autoreprésentation du scénariste dans la série télévisée : Tina Fey et 30 Rock. *Télévision*, 2016, 6, pp.131-142. halshs-01589978

**HAL Id: halshs-01589978**

**<https://shs.hal.science/halshs-01589978v1>**

Submitted on 19 Sep 2017

**HAL** is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Dubois, François-Ronan. « L'autoreprésentation du scénariste dans les séries télévisées : Tina Fey et 30 Rock ». *Télévision* 6 (2016) : 131-142.

## **L'autoreprésentation du scénariste dans la série télévisée : Tina Fey et 30 Rock**

*François-Ronan Dubois*

Il est d'usage de débiter tout article qui s'interroge, de près ou de loin, sur les régies discursives dans les productions télévisuelles par une méditation sur la mort de l'auteur, héritage foucauldien quelque peu embarrassant pour l'analyste de la télévision, qui n'a pas toujours à sa disposition un corps à enterrer. Puisque la mort de l'auteur est apparemment une grande affaire culturelle du vingtième siècle, que faire des auteurs qui n'étaient pas trop vivants, soit qu'ils fussent des régies faibles des discours dont ils étaient les auteurs, soit qu'ils fussent en effet complètement absents ? De façon symptomatique, c'est ce difficile dilemme entre l'obédience théorique et la réalité factuelle des corpus qui ouvrait, il y a un peu plus de vingt ans, l'important *Making Television* (Thompson & Burns 1990 : ix). En fait, l'analyse textualiste qui a primé dans les études anglophones (Creeber 2006) a conduit à y transférer par anticipation des problématiques littéraires et leur conceptualisation théorique. Une histoire des jalons de la régie discursive dans la production télévisuelle, c'est-à-dire des instances qui contrôlent la mise en forme des programmes, montre au contraire que l'auteur s'y affirme tardivement, à partir des années 1970 (Shattuc 2005 : 142-154), pour ne prendre toute son ampleur qu'au cours des vingt dernières années, sous l'égide du modèle commercial étasunien (Garcia Garcia 2011).

Peu à peu en effet, la télévision mondialisée suit un parcours déjà bien documenté pour les autres formes culturelles, et notamment la littérature : celui d'une légitimation appuyée à la fois sur le déploiement d'une complexité narrative et sur un processus d'auctorialisaton, deux phénomènes dont l'étroite liaison ne manque du reste pas de nombreux exemples (Steiner 2013 : 54). Bien sûr, ces deux aspects ne sont pas exclusifs d'un ensemble d'évolutions industrielles et techniques qui ont marqué la progressive légitimation de la télévision de qualité (McCabe & Akass 2007 : 1-11), mais ils constituent les deux piliers de la construction d'une figure jusqu'à alors inédite. Cette figure, c'est celle de l'auteur de télévision, dont la fonction dans le processus de production n'a, *a priori*, rien d'évident. En effet, comme l'a

souligné Jane Shattuc parmi d'autres, la production d'un programme télévisuel implique des centaines d'acteurs, parmi lesquels il est possible d'identifier au moins trois ou quatre régies discursives fortes, individuelles (scénariste, producteur, réalisateur) ou collectives (studio). Il suffit par exemple de se souvenir des analyses classiques sur la difficile négociation de la régie discursive dans l'équipe de production de la première série *Doctor Who* (Tulloch & Alvarado 1983 : 145-194).

Il a donc fallu la convergence de plusieurs stratégies médiatiques (de la part des studios et des chaînes) et sociales (de la part des scénaristes) pour instituer comme principale régie discursive le *showrunner* ou *writer-producteur*. Ce directeur artistique chargé de la cohérence de l'univers de la série et de la continuité de sa narration est responsable de la qualité du programme et par extension de celle de la chaîne qui le diffuse. L'identification de la régie discursive (celle qui contrôle le programme et ses images) au *showrunner* place au centre de la légitimation culturelle le créateur-scénariste, quitte à reconfigurer entièrement son implication historique dans les processus de production, comme l'a montré Janet Shattuc pour Dick Wolf et la franchise *Law & Order*. L'auteur-scénariste fonctionne alors comme une marque identifiable par les récepteurs et susceptible de valoriser tel ou tel produit télévisuel, comme on a pu encore récemment le constater grâce à l'implication de Joss Whedon dans la série *Agents of the SHIELD* (Hadas 2014).

Si cette promotion extradiégétique du scénariste en *showrunner* dans les discours entourant la série télévisée a donc bien été analysée, et pas seulement dans le contexte étasunien (Elsaesser 1994 : 137-148), l'attention accordée à la promotion intradiégétique a été moindre. Il est vrai que les séries télévisées autoréférentielles ou même simplement métatélévisuelles ne sont pas les plus nombreuses. Elles ne sont pas rares pour autant. Cette réflexivité est symptomatique de l'entreprise de légitimation des séries télévisées en général et de la promotion du scénariste en particulier. La diégèse y offre au scénariste un espace d'autoprésentation où développer un discours à large diffusion, un discours dont il est à première vue lui-même la propre régie, à la différence des interviews et des campagnes de promotion dans lesquelles il peut être impliqué. Il importe donc d'étudier la corrélation entre le discours extradiégétique de légitimation et le discours intradiégétique.

Une pareille étude exigerait un travail d'une autre ampleur que celle de l'article. C'est pourquoi nous nous concentrerons ici sur l'usage qu'il est possible de faire des éléments extradiégétiques pour l'analyse du discours interne. Du point de vue méthodologique, cette réduction temporaire du champ de l'enquête devrait permettre de mettre en évidence l'aporie

que constitue une technique interprétative purement textualiste, directement importée des humanités, en matière d'études médiatiques. Elle appelle bien sûr des développements futurs consacrés plus spécifiquement aux structures de production, en tant qu'organisations et d'entreprises commerciales.

## Réflexivité et séries télévisées

En étudiant la réflexivité des séries télévisées, on peut aisément envisager quatre catégories sécantes deux à deux, selon que la série est entièrement ou partiellement réflexive d'une part et explicitement ou implicitement réflexive d'autre part. Ainsi, des séries explicitement et partiellement réflexives ne consacrent qu'un nombre limité d'épisodes à la représentation de la production télévisuelle et/ou de la production filmique, tandis que les séries explicitement et entièrement réflexives ont pour thème principal cette même production. Toute série implicitement réflexive exige naturellement de son récepteur un effort d'analyse pour en dégager un éventuel sous-texte métatélévisuel, avec toutes les variations en degré d'évidence que cette interprétation implique nécessairement. Dans ce second cas, la volonté effective ou non, de la part de la régie, de développer un discours réflexif n'est pas nécessaire à l'identification de ce discours par le récepteur. Dans notre étude de l'autoreprésentation du scénariste cependant, cette intention auctoriale prime.

Afin d'éclairer notre propos, donnons quelques exemples empruntés à des genres différents. Dans l'épisode « Hollywood Babylon » (2.18, 2007) de la série *Supernatural*, les chasseurs de monstres Sam et Dean Winchester interviennent sur le tournage d'un film d'horreur réalisé par McG, qui est par ailleurs le producteur exécutif de la série télévisée elle-même : le film intradiégétique pastiche le style de la série dans laquelle il est inclus. L'épisode rend sans doute hommage à « Lazarus » (1.15, 1994) dans *The X-Files*, où les agents spéciaux du FBI, Mulder et Scully, assistaient à la réalisation d'un film fondé sur leurs propres aventures, une expérience qui se reproduit du reste dans « José Chung's *From Outer Space* » (3.20, 1996), où un roman est adapté de l'une de leurs enquêtes. Il y aurait évidemment beaucoup à dire sur les réflexions mimétiques développées par ces épisodes métafictionnels parodiques dans des séries fantastiques (García 2011 : 146-162). À ces mises en évidence de la fictionnalité sérielle, souvent représentée par des créations cinématographiques intradiégétiques, s'ajoutent des représentations des systèmes de production proprement télévisuels. Ainsi la série policière *Monk* propose à la fois un épisode semblable à ceux de *Super-*

*natural* et *The X-Files*, (« Mr. Monk and the Actor », 5.1, 2006) un épisode avec une série intradiégétique parodique de la série *CSI* (« Mr. Monk and the TV Star », 2.12, 2004) et un épisode se déroulant dans le studio d'un jeu télévisé (« Mr. Monk and the Game Show », 3.8, 2005).

À côté de ces épisodes ponctuels, qui explorent le monde de l'industrie audiovisuelle de grande diffusion, on trouve bien entendu les séries entièrement consacrées à cette même industrie. Outre *30 Rock*, qui fait le cœur de notre analyse, il faut remarquer des séries comme *Extras* (2005-2007), *Episodes* (2011-en production) ou, de manière plus éloignée, *Entourage* (2004-2011), qui font de l'industrie télévisuelle un cadre récurrent, et parfois unique, de leur intrigue générale. Chacune de ces séries mériterait une exploration autonome et leur parenté de ce point de vue a déjà été remarquée (Pape 2011 : 91-104). Ce qu'il faut souligner pour notre objet, c'est l'abondance du thème, son extension et sa portabilité (García Martínez 2009) : non seulement la thématique métatélévisuelle est capable de convaincre les financeurs et/ou le public pour plusieurs saisons, mais elle est aussi capable de produire des programmes simultanés sans saturer apparemment la demande de l'audience. Elle peut même se transporter dans des univers qui, *a priori*, ne lui doivent pas grand-chose, comme ceux des séries fantastiques ou des séries policières.

### **30 Rock et Tina Fey**

On le comprend, d'un point de vue interne comme d'un point de vue externe, l'opération mise en place par Tina Fey grâce à *30 Rock* est loin d'être exceptionnelle dans le contexte télévisuel étasunien en particulier et international en général. Au contraire, elle est encadrée par un discours médiatique qui met le scénariste-régie au centre de la production télévisuelle et par d'autres séries télévisées qui adoptent, épisodiquement ou non, une démarche réflexive. La série de Tina Fey a cependant ceci d'exceptionnel qu'elle duplique une expérience télévisuelle préalable et trouble un peu plus les limites entre représentation médiatique externe et représentation fictive interne du scénariste. Pour s'en convaincre, il suffit de confronter le résumé de la série *30 Rock* à celui de la carrière de Tina Fey à la même époque.

La série *30 Rock*, créée et écrite par Tina Fey, diffusée par la NBC entre 2006 et 2013, tire son nom du 30 Rockefeller Plaza, où le GE Building abrite des studios de la NBC. Elle narre l'histoire d'Elizabeth Lemon (interprétée par Tina Fey), scénariste en chef du *Girlie Show*, un *late night comedy show* dont la vedette, Jenna Maroney (Jane Krakowski) est son

amie de longue date. Au début de la série, le *Girlie Show* connaît une chute d'audience et la formule est modifiée par le nouveau directeur de la chaîne, Jack Donaghy (Alec Baldwin), qui impose à Liz Lemon Tracy Jordan (Tracy Morgan), star du cinéma comique, dans une nouvelle formule, *TGS with Tracy Jordan*. Charge à Liz Lemon de contrôler ses deux vedettes capricieuses et fantasques, ainsi qu'une équipe de scénaristes pour le moins incompetents, afin de conserver à son programme sa case horaire. *TGS with Tracy Jordan* connaît des fortunes diverses et d'autres programmes vont voir le jour parallèlement, issus des projets des membres de l'équipe : un talk-show *Dealbreakers* pour Liz Lemon, l'émission de télé-réalité *MILF's Island* pour Jack Donaghy, le film dramatique *Hard to Watch* pour Tracy Jordan, le juridico-bucolique *The Rural Juror* pour Jenna Maroney, etc. La série se termine en deux ellipses temporelles : après la première, d'un an, le spectateur découvre Liz Lemon en productrice d'un sitcom intitulé *Grizz & Herz* et après la seconde, de plusieurs décennies, l'arrière-petite-fille de celle-ci propose au nouveau dirigeant de la chaîne une série télévisée fondée sur la vie de son ancêtre (en d'autres termes, *30 Rock*).

Ces références métatélévisuelles et méta-métatélévisuelles seraient en soi assez vertigineuses si la série ne dupliquait pas les événements de la carrière de ses principaux acteurs. Le lien le plus constant est celui entre la carrière de Liz Lemon et la carrière de Tina Fey. Tina Fey est en effet scénariste du célèbre *late night comedy show* intitulé *Saturday Night Live* (NBC, 1975-en production) de 1997 à 1999 (Whalley 2010), date à laquelle elle devient scénariste en chef du même programme, qu'elle quitte en 2006 pour se consacrer à *30 Rock*. Elle est donc la première scénariste en chef féminine de ce monument télévisuel, une situation soulignée à de nombreuses reprises dans *30 Rock*, notamment dans l'épisode « Rosemary's Baby » (2.4, 2007). La série dans son ensemble est non seulement un traitement parodique des années de Tina Fey à la tête du *Saturday Night Live*, mais certains épisodes font allusion à des événements parfois anecdotiques de sa carrière : ainsi de sa cure d'amaigrissement de 1998, dans l'épisode « Jack Gets in the Game » (2.2, 2007). Si la série se concentre particulièrement sur le parallèle Tina Fey/Liz Lemon, certains membres de son casting, comme Tracy Morgan/Tracy Jordan, sont également dupliqués : l'incident des commentaires homophobes tenus en 2011 par Tracy Morgan (l'acteur) donne lieu à un épisode où Tracy Jordan (le personnage) répète l'erreur (« Idiots Are People Two! [sic] », 6.2, 2012).

En d'autres termes, tous les moyens sont déployés, des références les plus lointaines (la transposition des problèmes de poids de Fey en 1998 au personnage de Jenna en 2007) au plus directe (le parallèle Tracy-Tracy de 2011-2012) pour rendre poreuse la frontière mimé-

tique entre la série et la réalité dont elle est une satire. Si bien sûr l'habillage comique rend impossible la pure assimilation à Tina Fey des positions défendues par Liz Lemon à l'intérieur de la diégèse, force est de constater que *30 Rock*, en héroïsant dans une forme télévisuelle populaire et de plus en plus valorisée un personnage principal de scénariste, constitue un instrument du processus d'autopromotion des scénaristes à l'écran. La série exploite ainsi l'attachement affectif du téléspectateur pour les personnages principaux des histoires feuilletonnantes et institue le scénariste non seulement en entité abstraite chargée de la responsabilité du discours télévisuel (une régie), mais également en star dont l'existence personnelle extradiégétique est aussi digne d'intérêt que l'existence personnelle intradiégétique de Liz Lemon.

### **Les scénaristes au sein du *star system***

Cette stratégie médiatique affective place le scénariste dans la même situation ambiguë que celle de l'animateur vedette, fondée sur une opposition binaire entre intellectualisme et popularité (Chalvon-Demersay & Pasquier 1990). Au sein de la fiction, c'est l'opposition fonctionnelle entre Liz Lemon et Jack Donaghy qui sert à thématiser cette dualité de la star télévisuelle, partagée entre le désir d'une popularité d'audience, confondue avec les résultats chiffrés du programme dont elle est le grand nom, et l'ambition d'un mérite intellectuel. Ici, il n'y a pas de différence entre l'expérience d'une scénariste en chef de *late night comedy show* comme Liz Lemon/Tina Fey et celle d'un *showrunner* de série télévisée, comme Tina Fey pour *30 Rock*. Les interviews menées auprès de *showrunners* dans les années 1990 (Shattuc 2005 : 147) suggèrent en effet que les deux expériences télévisuelles sont comparables. Au cours du processus d'auctorialisation d'inspiration romantique, le *showrunner* transformé en auteur se retrouve à répondre aux injections contradictoires d'une production industrielle économiquement rationalisée et d'une conception originale et transcendante de la création culturelle. Dès le premier épisode (« Pilot », 1.1, 2006), en confrontant dans sa situation initiale les aspirations de comédie féministe auteuriste de Liz Lemon (*The Girlie Show*) et les objectifs médiatico-financiers fondés sur le *star system* de Jack Donaghy (*TGS with Tracy Jordan*), *30 Rock* fait de ce conflit le cadre de sa réflexion.

L'incompatibilité entre ces deux objectifs qui coexistent pourtant au sein d'un même système de production est l'objet de constants rappels au fil des saisons. Ainsi, dans l'épisode « Jack the Writer » (1.4, 2006), Jack Donaghy s'invite dans la salle de rédaction de *TGS* et se

rêve en scénariste de comédie, avant de se rendre compte, douloureusement du reste, de sa propre incompetence. Dans l'épisode suivant, « Jack-Tor » (1.5, 2006), cette infirmité artistique est reportée sur un autre élément du processus créatif, lorsque Jack tente de se faire comédien. À l'inverse, l'intégration de Liz Lemon dans la logique corporatiste de General Electrics, l'entreprise-mère de NBC, ne se déroule pas sans heurt et l'épisode « Retreat to Move Forward » (3.9, 2009) explore son incapacité à assimiler les codes sociaux du monde de l'entreprise. Cependant, alors que la série pourrait se contenter de confronter ces deux visions de la genèse du programme télévisuel, comme le fait au même moment, par exemple, la série *Studio 60 on the Sunset Strip* (2006-2007), elle présente plutôt une progressive conciliation des deux logiques, caractéristique du *star system* hollywoodien (Benhamou 2002).

L'épisode « Rosemary's Baby », déjà cité, est ici représentatif de cette négociation. Liz Lemon y rencontre Rosemary Howard, une scénariste féministe dont elle admire le travail, au moment où elle reçoit elle-même le G.E. Fellowship Award, symbole des débuts de son intégration à l'entreprise. Rosemary Howard tente de convaincre Liz Lemon de poursuivre un activisme intellectuel de gauche en écrivant des sketches satiriques, mais Liz Lemon, en constatant les conditions de vie frustes de son ancienne idole, préfère continuer à chercher des compromis avec Jack Donaghy. Or, Rosemary Howard est interprétée par Carrie Fisher, symbole s'il en est du *star system* hollywoodien, dont elle est devenue un *sex symbol* grâce à son incarnation de Leia Organa dans la première trilogie de *Star Wars* — une trilogie dont le personnage Liz Lemon est précisément fan. C'est d'ailleurs en costume de Leia Organa que Liz Lemon apparaît à une sélection de jury, dans l'épisode « The Funcooker » (3.14, 2009). La participation de Carrie Fisher à *30 Rock* n'est que l'un des nombreux signes extradiégétiques, en tant qu'ils font appel à des connaissances du spectateur externes au récit lui-même, qui marquent l'importance du *star system* hollywoodien dans la série. Parmi beaucoup d'autres, on peut remarquer l'épisode « SeinfeldVision » (2.1, 2007), dans lequel Jack Donaghy profite de la popularité de Jerry Seinfeld (joué par Jerry Seinfeld) et l'intègre, grâce à la technologie digitale, à tous ses programmes ou bien l'épisode « I Do Do » (4.22, 2010), où le personnage joué par Matt Damon affirme être un fan de Liz Lemon et de *TGS*.

Or, l'accès au *star system* implique l'intégration à son système de capitalisation économique qui rompt la corrélation entre talent et rémunération (Benhamou 2002 : 14). Dans *30 Rock*, ce sont les carrières de Tracy Jordan et Jenna Maroney qui exemplifient cette dé-corrélation. Dans l'épisode « The Rural Juror » (1.10, 2007), alors que Jenna Maroney fait la promotion d'un film dont tout le monde ignore le titre précis (puisque'il est imprononçable),

Tracy Jordan, sur les conseils de Jack Donaghy, tente de transformer son capital de célébrité en capital financier, en prêtant son nom à un appareil électroménager. Quand l'appareil révèle de trop nombreux dysfonctionnements pour les critères de sécurité du marché américain, c'est Whoopi Goldberg (jouée par Whoopi Goldberg) qui en assure la promotion sur le marché ukrainien. Liz Lemon est elle-même constamment poussée à accomplir de semblables opérations financières par Jack Donaghy et Jenna Maroney, notamment dans l'épisode « Dealbreakers Talk Show #0001 » (4.7, 2009), où son succès la peint, dans un futur alternatif, en réplique de Jenna Maroney. *In fine*, si cette destinée extrême ne se réalise pas, c'est bien l'ascension financière et médiatique de Liz Lemon que la série met en scène au fil des saisons, une ascension qui duplique celle de Tina Fey (Patterson 2012).

## Scénaristes et intellectuels

Directement opposée à cette tentation de la starification complète, l'aspiration à l'intellectualisme est incarnée épisodiquement dans la série par Al Gore et Aaron Sorkin, qui jouent leurs propres rôles. Le vice président de Bill Clinton apparaît dans « Sun Tea » (4.6, 2009) et est présenté comme un écologiste un peu illuminé capable d'entendre au loin le chant des baleines en détresse, réminiscence de son apparition dans « Greenzo » (2.5, 2007). La présence d'Al Gore, Matt Damon, Alec Baldwin ou Tina Fey elle-même ancre évidemment *30 Rock* dans la sphère politico-médiatique démocrate et la série fait elle-même de très nombreuses références aux opinions de gauche de Liz Lemon, opposées aux convictions républicaines de Jack Donaghy. De ce point de vue, *30 Rock* est une thématization satirique du conflit entre la *corporate America* et l'intellectualisme hollywoodien. Cette opposition est donc l'exact inverse de la conjonction impliquée par le *star system* et ses effets les plus directs sur le programme télévisuel, comme le placement de produit (Galician & Bourdeau 2004), justement exploré dans l'épisode « Jack-Tor » déjà cité.

Cette fois-ci, c'est Aaron Sorkin, revers de Jenna Maroney, Jack Donaghy ou Tracy Jordan, qui incarne dans la fiction la position extrême. Scénariste star lui-même, créateur et *showrunner* bien connu de nombreuses séries télévisées, comme *The West Wing* (1999-2006), à laquelle il dut sa célébrité, Aaron Sorkin est le créateur de trois séries métatélévisuelles : l'une déjà citée, *Studio 60 on the Sunset Strip*, met en scène la production d'un *late night comedy show*, comme *30 Rock*, les deux autres, *The Newsroom*, postérieure (2012-en production), et *Sports Night*, antérieure (1998-2000), sont respectivement consacrées à la production

d'un journal télévisé et d'une émission sportive. Dans l'épisode « Plan B » (5.18, 2011), Liz Lemon, dont la carrière est menacée par l'arrêt de *TGS*, rencontre dans une séance de recrutement Aaron Sorkin, lui-même au chômage, dit-il, depuis le film *The Social Network* (2010). La séquence est filmée en *walk and talk*, comme un pastiche du style télévisuel de *The West Wing*, déjà parodiée dans le *Saturday Night Live*. Sorkin y explique à Lemon que l'art du scénariste n'intéresse plus le public, trop amateur d'une télé-réalité sans saveur. Or, c'est précisément l'argument développé à la fois par *Studio 60 on the Sunset Strip* et *The Newsroom* : la première série décrit le déclin d'un *late night comedy show* avant l'intervention d'un scénariste en chef prodige chargé de le redresser et la seconde l'extrême popularité d'un journal télévisé sans profondeur, qui va être transformé par l'arrivée d'une nouvelle productrice politiquement engagée.

Dès *The West Wing*, par exemple dans l'épisode « Take Out the Trash Day » (1.13, 2000), où le directeur de la communication Toby Ziegler, relai fictif du scénariste télévisuel, négocie le financement gouvernemental de la chaîne publique PBS, Aaron Sorkin faisait peser une responsabilité sociale et morale sur la télévision en particulier et sur les médias de masse en général (par exemple la radio dans « The Midterms », 2.3, 2000) et les liait étroitement au discours politique. À l'intérieur de cette conception politisée du discours télévisuel, qu'il s'agisse, chez Sorkin, de la fiction, des journaux d'information ou des émissions comiques, le scénariste, en tant que régie discursive principale, devient une figure d'intellectuel engagé qui, semblable à la Rosemary Howard de *30 Rock*, doit dire la vérité d'une société en mal de changement. Il n'est ainsi pas surprenant que la production télévisuelle de Sorkin soit rapidement annexée par les intellectuels institués au sein de l'Université et transformée en instrument pédagogique (Beavers 2002). Si *The West Wing* représente le versant le plus sérieux de ce tournant de la fiction télévisée vers la critique politique, sa veine satirique est tout aussi bien documentée (Boutet 2010 : 49). Sorkin n'est donc pas un cas isolé, mais le type même du scénariste-intellectuel. C'est pour cette raison qu'il se trouve l'objet de la satire complaisante de *30 Rock*.

Comme le parallèle Lemon/Jordan-Maroney-Donaghy-Fisher, le parallèle Lemon/Sorkin, dans *30 Rock*, ne constitue pas la position sorkinienne comme un repoussoir complet, mais bien comme l'un des pôles de la négociation qui oriente le parcours social de la protagoniste principale. Non seulement la liste des chevaux de bataille politiques de Liz Lemon n'est pas négligeable, mais Tina Fey elle-même, au sein de *Saturday Night Live*, a pu influencer la vie politique étasunienne, notamment lors de son interprétation de Sarah Palin dans un

faux débat vice-présidentiel, en 2008 (Esralew & Goldthwaite Young 2012), soit trois ans après la diffusion d'un autre débat politique fictif, sérieux cette-fois, dans l'épisode « The Debate » de *The West Wing* (7.7, 2005). À la fois le personnage médiatique Tina Fey et son double fictif Liz Lemon utilisent leur place au sein de la sphère médiatique, donc du système de production, pour développer un agenda politique progressiste.

## Remarques finales

Il importe par conséquent de ne pas sous-estimer la complexité des réseaux intertextuels qui informent l'autoreprésentation du scénariste dans la fiction télévisuelle. Considérons par exemple qu'Aaron Sorkin, le créateur de *The West Wing*, est un personnage de la série *30 Rock*, créée par Tina Fey, qui a parodié l'addiction de Sorkin aux drogues dans un sketch de son émission comique *Saturday Night Live* intitulé « The West Wing » (2001). Considérons encore que *30 Rock*, qui est une série sur les émissions comiques, fait référence, dans l'épisode où apparaît Sorkin, à *Studio 60 on the Sunset Strip*, une série de Sorkin sur les émissions comiques. On comprend que le discours de Fey est loin de se résumer à une simple exaltation du scénariste en intellectuel. Si l'on considère par ailleurs que Liz Lemon, le personnage scénariste de la scénariste Tina Fey dans *30 Rock*, rencontre Rosemary Howard, scénariste fictive interprétée par Carrie Fisher, interprète star principale de Leia Organa, personnage interprétée par Liz Lemon dans un autre épisode de la même série, et que Tracy Morgan, interprète d'un personnage quasi éponyme, répète dans la fiction ses erreurs de la réalité, on comprendra que le discours de Fey soit tout aussi loin de se résumer à une simple condamnation du *star system*.

La tentation est grande de voir dans l'émergence du *showrunner*, c'est-à-dire du scénariste-producteur en régie forte de la fiction télévisuelle, une répétition historique de la naissance de l'auteur si bien documentée en littérature. C'est le modèle de valorisation néoromantique, comme le résume Shattuc, tout à la fois du scénariste lui-même et du produit commercial et culturel dont il est le porteur médiatique. Il paraît cependant que cette conception ne résiste pas à l'analyse des discours d'autoreprésentation développés par certains scénaristes dans leurs propres fictions télévisuelles, comme nous venons de le voir avec Tina Fey. Sans doute *30 Rock* n'apparaîtrait que comme un cas anecdotique si la série n'était pas si étroitement inscrite dans des institutions culturelles (*Saturday Night Live*, le *star system* hollywoodien incarné par Carrie Fisher, Matt Damon, Alec Baldwin, Whoopi Goldberg, Jerry

Seinfeld et bien d'autres) et ne se fondait pas sur la carrière d'une des scénaristes télévisuelles les plus influentes des vingt dernières années, aux États-Unis.

Or, si le discours intradiégétique de Liz Lemon est bien celui d'une scénariste luttant contre l'esprit de lucre de l'entreprise qui l'accueille, le discours de *30 Rock*, une fois correctement inscrit dans le réseau intertextuel qu'il signale par ses références et qui va des séries de Sorkin à *Star Wars* en passant, bien sûr, par le *Saturday Night Live*, lui, est tout autre. Tina Fey y propose la nécessaire négociation entre les aspirations intellectualistes indifférentes au public (et donc finalement contraire au sacerdoce du scénariste télévisuel) et les exigences purement économiques qui transforment la production télévisuelle en formule médiatique dépourvue d'intérêt (et donc finalement contraire à la mission commerciale de la chaîne). Par son style, son usage récurrent de la *guest star*, sa résolution systématique des conflits fonctionnels Donaghy-Lemon, autant que par la thématisation explicite des débats télévisuels, *30 Rock* se présente comme une apologie d'un *star system* progressiste beaucoup plus ambiguë que les professions de foi idéalistes des séries sorkiniennes.

Aussi fertiles que soient les rapprochements entre des histoires médiatiques différentes et notamment, du point de vue de l'auctorialité, entre l'histoire du livre en général et de la littérature en particulier, d'un côté, et l'histoire de l'audiovisuel en général et de la série télévisée en particulier, de l'autre, il convient donc de se garder des transmissions trop aisées de conclusions, d'un médium à l'autre. La pure méthode textualiste n'est pas ici satisfaisante. S'il est indubitable que les stratégies de valorisation de la télévision de qualité font appel à des critères d'évaluation culturelle largement modelés par une société qui a reçu la Littérature en héritage, les conditions socio-économiques propres à l'industrie télévisuelle, tout autant que son histoire culturelle partagée avec le cinéma, en tout cas aux États-Unis, ont des effets spécifiques qu'il importe de ne pas négliger. Tout comme l'analyse de l'auctorialité en littérature a su opportunément se tourner vers des perspectives sociologiques (Saint-Amand & Vrydaghs 2011), l'analyse interne de la série télévisée ne doit pas faire l'économie de ces apports. Elle y réussirait du reste d'autant moins que les phénomènes intertextuels et métaréférentiels de la série télévisée l'y invitent eux-mêmes.

## **Bibliographie**

BEAVERS Staci L. (2002), « *The West Wing* as a Pedagogical Tool », *PS: Political Science & Politics* n°2, pp. 213-216.

- BENHAMOU Françoise (2002), *L'économie du star system*, Paris, Odile Jacob.
- BOUTET Marjolaine (2010), « Soixante ans d'histoire des séries télévisées américaines », *Revue de recherche en civilisation américaine* n°2, en ligne.
- CHALVON-DEMERSAY Sabine & PASQUIER Dominique (1990), *Drôles de stars : la télévision des animateurs*, Paris, Aubier.
- CREEBER Glen (2006), « The Joy of Text? : Television and Textual Analysis », *Critical studies in television* vol. 1 n°1, pp. 81-88.
- ELSAESSER Thomas (1994), « Literature after Television: Author, Authority, Authenticity » in Thomas Elsaesser, Jan Simons & Lucette Bronk (éd.), *Writing for the Medium: Television in Transition*, Amsterdam, Amsterdam UP, 1994.
- ESRALEW Sarah & GOLDTHWAITE YOUNG Dannagal (2012), « The Influence of Parodies on Mental Models: Exploring the Tina Fey-Sarah Palin Phenomenon », *Communication Quarterly* vol. 60 n°3, pp. 338-352.
- GALICIAN Mary-Lou & BOURDEAU Peter G., « The Evolution of Product Placements in Hollywood Cinema: Embedding High-Involvement 'Heroic' Brand Images », *Journal of Promotion Management* vol. 10 n°1/2, pp. 15-36.
- GARCÍA MARTÍNEZ Alberto Nahum (2009), « El espejo roto: la metaficción en las series anglosajonas », *Revista Latina de Comunicación Social* n°64, pp. 654-667.
- GARCÍA Alberto N. (2011), « Breaking the Mirror: Metafictional Strategies in *Supernatural* » in Stacey Abbott & David Lavery (éd.), *TV Goes to Hell: An Unofficial Road Map of Supernatural*, Toronto, ECW Press.
- GARCIA GARCIA Pedro José (2011), « Una cierta tendencia en la televisión estadounidense. Evolución de la noción de autoría en el género dramático », *Admire* n°3, pp. 74-103.
- HADAS Leora (2014), « Authorship and Authenticity in the Transmedia Brand: The Case of Marvel's *Agent of the S.H.I.E.L.D.* », *Network Knowledge* vol. 7 n°1, en ligne.
- MCCABE Janet & AKASS Kim (éd.) (2007), *Quality TV: contemporary american television and beyond*, Londres, I.B. Tauris & Co Ltd.
- PAPE Toni (2011), « 'Cut the Shitcom': Meta-television in *Entourage*, *Extras* and *30 Rock* » in Miguel Angel Pérez Gómez (éd.), *Previously on: estudios interdisciplinarios sobre la ficción televisiva en la Tercera Edad de Oro de la Televisión*, Séville, Biblioteca de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla.
- PATTERSON Eleanor (2012), « Fracturing Tina Fey: A Critical Analysis of Postfeminist Television Comedy Stardom », *The Communication Review* vol. 15 n°3, pp. 232-351.

SAINT-AMAND Denis & VRYDAGHS David (2011), « Retours sur la posture », *COntEXTES. Revue de sociologie de la littérature* n°8, en ligne.

SHATTUC Jane M. (2005), « Television Production: Who Makes American TV? », in Janet Wasko (éd.), *A Companion to Television*, Londres, Blackwell Publishing.

STEINER Tobias (2013), « Transmediales Erzählen im narrativen Universum von *Game of Thrones* », *Journal of Serial Narration on Television* n°4, pp. 53-61.

THOMPSON Robert J. & BURNS Hary (1990), *Making television : authorship and the production process*, New York, Pragers Publishers.

TULLOCH John & ALVARADO Manuel (1983), *Doctor Who: The Unfolding Text*, New York, St. Martin's Press.

WHALLEY Jim (2010), *Saturday Night Live, Hollywood Comedy, and American Culture from Chevy Chase to Tina Fey*, Hampshire, Palgrave Macmillan.