

Binge viewing

Description

(ou *Binge watching*) – Expression anglo-saxonne traduite en français par « visionnage compulsif » (*binge* signifiant « se goinfrer »). Le *binge viewing* est une pratique de consommation des séries télévisées consistant à regarder plusieurs épisodes d’une série, ou bien encore à visionner d’un trait une série tout entière.

Ce sont les fans de séries eux-mêmes qui ont inventé ce terme à la fin des années 1990, lorsque l’introduction des coffrets DVD, ainsi que les enregistreurs vidéo numériques, leur ont permis de regarder leurs programmes favoris à leur guise, en échappant au rythme de diffusion hebdomadaire imposé par les chaînes de télévision traditionnelles. La multiplication des terminaux « ordinateurs, tablettes, smartphones », la télévision de rattrapage, la télévision connectée et les services de vidéo à la demande ont promu cette tendance « *atavawad* » (*anytime, anywhere, any device*) de la consommation des programmes TV. À la faveur du succès des séries américaines depuis le début des années 2000 (*Les Sopranos, The Wire, 24 heures chrono...*), le *binge viewing* recrute au-delà des seuls « gros » consommateurs de télévision (les *couch potatoes*). Cette pratique tend à se généraliser, notamment auprès des plus jeunes. Pour les amateurs de séries américaines, il n’est plus envisageable de patienter des mois pour voir la saison suivante, déjà diffusée aux États-Unis, quitte à la télécharger illégalement. À l’instar des grands lecteurs de littérature, pour lesquels commencer un roman implique d’aller au bout de l’histoire dans les plus brefs délais, les télé-spectateurs veulent désormais suivre leurs séries sans attendre.

Les créateurs de séries jouent avec toujours plus de malice de cette addiction, abandonnant les spectateurs en plein *suspens* à la fin de chaque épisode et d’une saison à l’autre. Cette technique classique de narration consistant à laisser une fin ouverte baptisée *cliffhanger* (littéralement « personne suspendue à une falaise ») permet de fidéliser le public des chaînes de télévision autant qu’elle encourage désormais à *binge viewing* grâce à l’essor des nouveaux services de télévision en ligne. Si les chaînes de télévision traditionnelles rassemblent encore la grande majorité des télé-spectateurs, plus de 40 % des foyers américains sont abonnés à Netflix et 56 % des 18-24 ans, selon une étude de PwC (mediamerica.org). Premier service de vidéo à la demande par abonnement aux États-Unis, Netflix a remporté en 2013 son premier succès en tant que producteur avec la série *House of Cards*, de David Fincher. Les treize épisodes de la première saison ont été distribués simultanément sur la plate-forme de *streaming*, en exclusivité, une première pour la diffusion de séries TV. Le géant du commerce en ligne Amazon a aussitôt fait de même pour les trois premiers épisodes de sa série *Alpha House*. Les diffuseurs doivent s’adapter. En France, Canal+ a programmé dès l’automne la diffusion de *House of Cards*.

, au rythme hebdomadaire de trois épisodes à la fois. Chaque fin de semaine, la chaîne Canal+ Séries diffuse la saison d'une série dans son intégralité. Les abonnés à OCS, offre de chaînes consacrées aux séries de l'opérateur Orange, peuvent découvrir à leur convenance, grâce à la chaîne de rattrapage OCS Go, l'intégralité des séries précédemment diffusées sur la chaîne premium américaine HBO, sur leur écran de télévision, d'ordinateur, de tablette ou de smartphone.

Le visionnage marathon d'une série entière (douze heures d'affilée) relève d'une addiction excessive déjà identifiée dans la pratique des jeux vidéo. Néanmoins, tous les téléspectateurs de séries américaines ne sont pas prêts à se livrer à ce type de comportement compulsif. S'affranchir des contraintes horaires des chaînes de télévision offre en revanche une liberté propice à s'immerger dans l'histoire. Regarder en bloc plusieurs épisodes favorise l'appropriation du scénario et l'identification des téléspectateurs pour des récits à tiroirs, écrits pour durer, riches en personnages secondaires et en références diverses aux épisodes antérieurs. Le *binge viewing* ne rend pas seulement inutiles les fameux résumés ou flashback (« *Previously on AMC's Breaking Bad...* ») pour relancer l'attention des téléspectateurs, il induit peut-être un nouveau style d'écriture pour des épisodes exempts de coupures publicitaires et d'intervalles hebdomadaires. Rompant avec la programmation classique d'un ou deux épisodes par semaine, la tendance au *binge viewing*, si elle se généralise, aura autant de répercussions sur la création audiovisuelle que sur l'économie des chaînes. En effet, les fans attendent désormais souvent la fin de la diffusion télévisée pour savourer leurs séries sans contrainte horaire sur les services OTT (*over-the-top*), à l'instar de Netflix, devenu un acteur majeur de la distribution de séries TV aux Etats-Unis et ailleurs. Après le Royaume-Uni, les Pays-Bas et les Pays scandinaves, son arrivée serait imminente en Belgique, en Allemagne et en France. Fin 2013, la plate-forme de *streaming* dépasse la chaîne HBO par le nombre d'abonnés avec 31 millions aux Etats-Unis, auxquels s'ajoutent 9 millions d'abonnés dans le monde. Aux Etats-Unis, un tiers de la génération Y (18-31 ans) ne regarde plus la télévision en mode linéaire, 13 % des 18-34 ans la regardent exclusivement par internet et 75 % des moins de 35 ans utilisent des services vidéo *over-the-top* sur leur télévision connectée, essentiellement YouTube et Netflix (Média-média #6, automne-hiver 2013-2014).

Publié en décembre 2013, un sondage réalisé par Harris Interactive et commandé par Netflix indique que 61 % des Américains sont adeptes du *binge viewing*, regardant entre deux et six épisodes consécutifs. Une saison entière (13 épisodes) d'une série dramatique est visionnée en une seule semaine par 48 % des personnes interrogées et 25 % ne mettent même que deux jours, et ce, quelle que soit la tranche d'âge. En outre, 51 % des sondés déclarent préférer les visionnages marathons entre amis (AFP et Slate.fr, 14 décembre 2013). Si la consommation de séries TV est encore dévolue principalement au petit écran, les programmeurs des chaînes de télévision se trouvent désormais confrontés aux nouvelles attentes de leur jeune public, consommateurs nomades et individuels, réfractaires au calendrier de diffusion imposé par la télévision linéaire. Né du renouveau qualitatif des séries TV et de l'essor des usages numériques, le *binge viewing* est un

phénomène irréversible et représente un bouleversement important pour le monde de l'audiovisuel.

Categorie

1. A retenir

date création

1 mai 2014

Auteur

françoise