

AP : Etude d'un produit mondialisé : la série « Game of Thrones »

Document 1. Une géographie mondiale

« *Game of Thrones* a acquis une base de fans. Elle a obtenu de nombreuses récompenses, dont un prix de la meilleure fiction dramatique et un Peabody Award, ainsi que dix nominations aux Primetime Emmy Awards – dont trois à celui de la meilleure série dramatique pour les trois premières saisons –, deux nominations aux Golden Globes. Au sein d'une distribution importante essentiellement composée d'acteurs britanniques, l'acteur américain Peter Dinklage a remporté l'Emmy Award ainsi que le Golden Globe du meilleur acteur dans un second rôle pour son interprétation de Tyrion Lannister. L'acteur anglais Kit Harington a remporté le Young Hollywood Awards du meilleur acteur pour son interprétation de Jon Snow. L'actrice anglaise Emilia Clarke a remporté le Gracie Allen Awards de la meilleure actrice dans une série dramatique pour son interprétation de Daenerys Targaryen. En 2013, la Writers Guild of America la nomme 40^{ème} des 101 séries les mieux écrites de l'histoire de la télévision. *Game of Thrones* est à ce jour, une des séries télévisées les plus téléchargées illégalement dans le monde. En 2015, la série entre dans le livre des records comme étant la série la plus diffusée dans le monde, avec 173 pays. Elle est aussi une des séries les plus chères de l'histoire, le budget de la saison 6 est de 100 millions de dollars, soit 10 millions par épisode »
 Source : Wikipédia

Document 5. L'exposition Games of Thrones à Paris – Juin 2018 <https://www.gameofthronesexposition.fr>

Document 6. Photographie de produits dérivés



Document 2. Géographie des lieux de tournage et tour operator « sur les lieux de tournage de Game of Thrones »



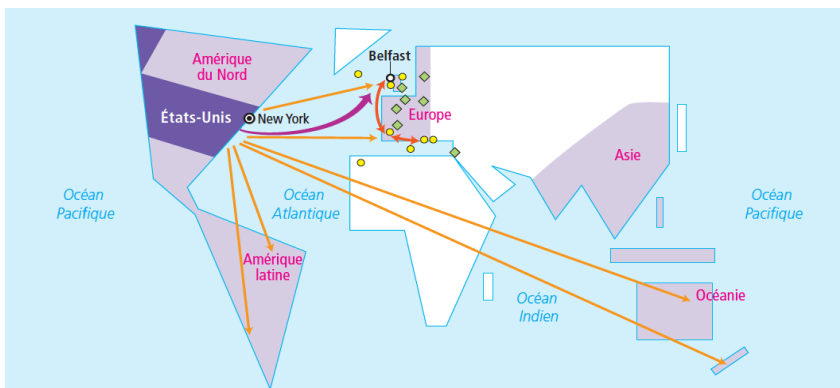
Document 3. L'adaptation d'un best-seller (2015)

Document 4. Les moyens financiers et techniques

« *Game of Thrones* navigue dans les eaux peu fréquentées des très hauts budgets. Selon le boss de la programmation HBO, Michael Lombardo, la première saison a coûté 60 millions de dollars, soit 10 par épisodes, tandis que la seconde a vu ce budget augmenté de 15 %, à cause notamment de l'immense scène de bataille de l'épisode 9.

Les objectifs de Lombardo sont clairs : « Nous avons l'ambition que chaque épisode ressemble à un petit film. » le spectre très large de l'univers imaginé par Georges R.R. Martin nécessite un casting imposant et des départements techniques dignes de superproductions hollywoodiennes. Plus d'une centaine de personnes travaille sous les ordres de la costumière Michèle Clapton, qui estime à environ 3 000 le nombre de costumes créés chaque saison. »

Olivier Joyard, « *Game of Thrones, les coulisses d'un hit* », Les Inrocks, 2013



- Une série produite dans le monde
 Lieux de tournage ○ en intérieur ● en extérieur → Principales mobilités des équipes de tournage
- Le produit d'une firme transnationale
 ● Siège social de Time Warner → Investissements pour la réalisation → Recrutement des acteurs
- Un produit à la diffusion mondiale
 ■ Principales audiences ■ Autres espaces de diffusion de la chaîne HBO ◆ Villes accueillant l'exposition itinérante *Game of Thrones* en 2015



Document 7. Games of Thrones en manga

Document 8 : schéma de synthèse (Manuel Hachette Géographie terminale 2016)

Document 10. Le dothraki : une langue pour une série

« Effleurée dans les romans de Georges R.R ? Martin, la langue dothraki, parlée par le peuple guerrier du même nom dans la série de Trône de fer a été développée pour la série. Petite leçon de langue avec David J. Peterson, linguistique en charge du développement du dothraki : « sans copier une langue existante, je veux que les langues que j'invente ressemblent à de vraies langues, parlées dans notre monde. Ce qui caractérise nos langues, c'est qu'elles ont presque toutes été parlées pendant des siècles et qu'elles ont évolué, changé à travers des siècles. Donc, j'essaie de donner l'impression d'évolution, d'usure de la langue, dans la grammaire, les prononciations comme le vocabulaire. Si j'aime quelque chose d'une langue, j'essaie de jouer avec et de l'adapter au dothraki. »

Pierre Langlais, « Games of Thrones, parlez-vous le Dothraki, » Télérama, 5 juillet 2012

Document 11. Games of Thrones, pourquoi un tel succès ?

Publié Par Alexandre Borde le 20/08/2013 -Le Point.fr

« La "petite phrase" a fait l'effet d'une mini-bombe dans le monde de l'industrie audiovisuelle. Le patron de HBO, la chaîne qui produit et diffuse la série *Game of Thrones*, a déclaré que les records de téléchargement de la fiction à succès sont plus gratifiants qu'un Emmy Award. Jeff Bewkes sait parfaitement que sa série ne rentre pas dans les critères traditionnels de réussite d'une série. Pas de héros principal fixe qui fait office de fil conducteur. Trop de sang et trop de sexe pour en faire un programme familial du dimanche soir. Le bouche-à-oreille et la diffusion parallèle en mode underground contribuent donc largement au succès de cette saga inspirée de l'œuvre littéraire de George R. R. Martin.

Game of Thrones narre l'épopée de plusieurs dynasties royales dans un monde d'heroic fantasy.

Une sorte de mix entre *Le seigneur des Anneaux* et *Les rois maudits*. Mais ce feuilleton utilise aussi les recettes qui ont favorisé le boum des séries dans les années 2000 comme l'incertitude du spectateur à assister à une happy end. Dans *Game of Thrones*, aucun protagoniste ne vampirise le scénario, personne n'est à l'abri d'une décapitation. Difficile de faire mieux pour "insécuriser" le spectateur et donc pour le fidéliser.

Culte de l'antihéros

Autre technique utilisée propre aux séries actuelles pour rendre addict, l'ambiguïté des antihéros. Et notre série d'heroic fantasy a beau faire référence à de nombreux classiques d'Errol Flynn et de l'univers des contes de fées, le manichéisme n'a pas sa place.

Avec *Game of Thrones*, un paroxysme est atteint puisqu'un apprenti Néron issu d'un rapport sexuel consanguin se voit récompensé et accède au trône. Une sorte de degré zéro de la moralité. Et cela plaît au spectateur de 2013, qui n'est pas celui des années 1980-1990. Le consommateur de séries aujourd'hui, et surtout l'adolescent, le geek qui s'isole socialement ou le jeune adulte qui subit le chômage ou la précarité ne veut plus qu'on le fasse rêver ou qu'on lui admoneste via le petit écran une conduite à tenir pour réussir. Fini, la duperie du mythe du superhéros ou du bon père de famille bien sous tous rapports des personnages à l'écran comme on en croise dans sa vie.

Gros budgets et valeurs universalistes

Game of Thrones doit aussi son succès au communautarisme social créé par les fans. Des débats enflammés sur la Toile pour savoir si tel personnage méritait un tel sort, pour connaître avant tout le monde les surprises de la prochaine saison. Cette tendance scénaristique à découper une superproduction en chapitres a été appliquée à la série. Et avec un budget digne d'une grosse production, plus de 50 millions d'euros par saison. De plus, les histoires d'amours impossibles et la puissance des rôles féminins dans cette série ne laissent pas insensibles les filles et font en sorte que la popularité de cette fiction soit mixte

L'universalisme de *Game of Thrones* contribue également à sa réussite. Son atmosphère Moyen Âge ne vante pas le modèle occidental et s'exporte très bien en Asie. "On perçoit d'ailleurs quelques références à l'univers manga comme cette culture de la quête soit vers un objectif matériel comme le trône, soit en vue d'un accomplissement de soi comme le chevalier qui apprend l'art du combat dans un camp fortifié au climat hostile", explique Franck qui gère une librairie manga à Paris. Mais cette série fait aussi appel aux légendes vikings ou celtiques, au cliché du barbare dénué d'éducation qui alimentent les livres d'histoire et sont donc propices à sensibiliser les spectateurs européens fans de cette atmosphère. »

Consignes : Montrez que *Game of Thrones* est un produit de la mondialisation économique et culturelle
Vous pouvez rédiger trois paragraphes :

Game of Thrones :

- Création d'un produit mondialisé : Comment *Game of Thrones* est devenu un produit de la mondialisation ? (Origines, source d'inspiration, concept, territoires impliqués)
- un produit d'une firme internationale : Quel budget ? Quels moyens ?
- Un produit diffusé dans le monde : Impact à l'échelle mondiale ? (Lieux et moyens de diffusion ou transmission)