Décadrages

Cinéma, à travers champs

32-33 | 2016

Séries télévisées contemporaines

« How the West Was Won Again »

Les genres aux croisements du cinéma et des séries télé : l'exemple de Deadwood

Achilleas Papakonstantis

Édition électronique

URL : <https://journals.openedition.org/decadrages/901>

DOI : 10.4000/decadrages.901

ISSN : 2297-5977

Éditeur

Association Décadrages

Édition imprimée

Date de publication : 1 juillet 2016

Pagination : 73-90

ISBN : 978-2-9700963-2-0

ISSN : 2235-7823

Référence électronique

Achilleas Papakonstantis, « « How the West Was Won Again » », *Décadrages* [En ligne], 32-33 | 2016, mis en ligne le 30 juillet 2018, consulté le 04 avril 2022. URL : <http://journals.openedition.org/decadrages/901> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/decadrages.901>

Achilleas Papakonstantis

« *How the West Was Won Again* »

Les genres aux croisements du cinéma et des séries télé :
l'exemple de *Deadwood*

SÉRIE FEUILLETONNANTE COURONNÉE aux *Emmy Awards* et aux *Golden Globes*, *Deadwood* a été diffusée de 2004 à 2006 sur trois saisons, avant de connaître une fin abrupte. Considérée comme « un des programmes pionniers de la politique de séries originales mises en œuvre par HBO »¹, elle se présente comme un western inspiré d'événements et de personnages réels. Son univers diégétique respecte certains critères à la fois au niveau spatiotemporel (l'action est située dans le Dakota du Sud, au-delà de la frontière américaine, entre 1876 et 1877) et thématique (la conquête de l'Ouest et l'expansion de la Confédération). *Deadwood* est une des rares séries télévisées référées au western apparues récemment sur le petit écran², actualisant un genre qui a occupé une place prépondérante à la télévision durant les années 1950, comme le prouvent les cent vingt westerns diffusés sur les *networks* américains³. Au cours des années 1970, le western télévisuel s'essouffle cependant rapidement, avant

1 Kim Akass et Janet McCabe, « Ce n'est pas de la télévision, c'est de la télévision de qualité: quand HBO redéfinit la TV », dans François Jost (éd.), *Pour une télévision de qualité*, Bry-sur-Marne, INA Editions, 2014, p. 128.

2 À part *Deadwood*, on compte uniquement trois séries western réalisées et diffusées par la télévision américaine en ce début du XXI^e siècle: *Ponderosa* (ION, 2001-2002), *Into the West* (TNT, 2005) et *Hell on Wheels* (AMC, 2011-). Aucune n'a connu un succès comparable à notre cas d'étude.

3 Voir David Buxton, *Les Séries télévisées. Forme, idéologie et mode de production*, Paris, L'Harmattan, 2010, p. 15.

1/ *Deadwood*, photographie de plateau

4 Durant l'année 1984, les *networks* ne diffusent aucune nouvelle série western. Afin de mieux saisir la rapidité du déclin, signalons qu'en 1957 la télévision américaine crée vingt-huit nouveaux westerns et, deux ans plus tard, le chiffre s'élève à trente-deux. Dans une tentative de résister à leur extinction, les rares séries qui parviennent à se frayer un chemin jusqu'au petit écran dans les années 1980-1990 se caractérisent par une forte propension à l'hybridité générique : on abandonne les récits héroïques de *cow-boys* solitaires pour se focaliser sur des drames « familiaux » situés dans l'Ouest mais empruntant les codes du *soap opera*. *Bonanza* (NBC, 1959-1973) constitue un modèle qui va, par la suite, inspirer des séries comme *Dr. Quinn, Medicine Woman* (CBS, 1993-1998).

5 HBO, 1999-2007.

6 HBO, 2002-2008.

7 « [...] HBO a cultivé son image de marque comme une « forme de transgression » » [notre trad.], Allison Perlman, « *Deadwood*, Generic Transformation, and Televisual History », dans Gary R. Edgerton et Michael T. Marsden (éd.), *Westerns. The Essential Journal of Popular Film & Television Collection*, Londres, Routledge, 2012, p. 255.

8 Brett Martin, *Des hommes tourmentés. Le nouvel âge d'or des séries : des Sopranos et The Wire à Mad Men et Breaking Bad*, Paris, Editions de La Martinière, 2014, p. 25.

9 Comme, par exemple, le contenu narratif « respectable », la grande inventivité stylistique, le passage de plus en plus fréquent de réalisateurs et d'acteurs du cinéma vers la télévision, etc.

10 « [L]es genres sont également un acte discursif, un outil de communication, une médiation culturelle, idéologique et

de tomber définitivement en désuétude dans les années 1980⁴. Comment, dès lors, comprendre le succès de *Deadwood*, une série qui s'inscrit dans un genre qui a longtemps été considéré comme « mort » ?

Le présent article propose de considérer cette œuvre fictionnelle avant tout comme le produit de son contexte institutionnel. A travers des éléments textuels et paratextuels, *Deadwood* s'affiche comme un programme qui se conforme pleinement à tout ce que les (télé)spectateurs contemporains sont invités à attendre d'une production HBO. Suite au succès de séries telles que *The Sopranos*⁵ et *The Wire*⁶, la chaîne câblée se présente comme étant le lieu de « transgression »⁷ des codes génériques associés à la culture américaine. Simultanément, la réinvention des genres comme indicatrice de « qualité » constitue un *topos* dans les discours qui participent à construire le « troisième âge d'or de la télévision »⁸. Il s'agit là d'un argument parmi d'autres⁹ qui vise à rattacher le concept de « télévision de qualité » à une certaine supériorité esthétique propre aux fictions sérielles contemporaines. Ce statut d'excellence permettrait à la fois de distinguer la *Quality TV* des programmes d'antan, produits pour et diffusés sur les *networks* traditionnels, et de la rapprocher du cinéma, une forme d'expression légitimée depuis longtemps.

A travers une analyse historique du western télévisuel, nous souhaitons interroger de manière plus générale l'articulation entre les concepts de « genre » et de « qualité », le but consistant à historiciser mais aussi à nuancer les discours qui mettent en évidence la déconstruction des codes génériques compris comme marque distinctive de la *Quality TV* des années 2000. Centrée sur la question des conventions génériques, cette analyse ne s'appuiera pas exclusivement sur des éléments textuels car il semble nécessaire de contextualiser les séries afin de mettre en regard leur production avec leur réception. Le genre sera surtout envisagé dans sa fonction communicationnelle, en tant qu'acte discursif à valeur sociale et idéologique¹⁰. Nous considérerons la reformulation générique opérée par des séries comme *Deadwood* non seulement comme un choix esthétique, mais également – et peut-être surtout – comme une stratégie afférente aux relations historiques entre cinéma et télévision. Il s'agira donc d'interroger les déterminations institutionnelles qui influent sur

sociale », Raphaëlle Moine, *Les Genres du cinéma*, Paris, Nathan, 2002, p. 7.

les modalités de (re)configuration des genres par les séries télévisées et qui ont rendu possible la réussite d'un western, tel que *Deadwood*, à l'orée du XXI^e siècle (fig. 1).

La dialectique entre *différenciation* et *rapprochement* et ses résurgences dans les années 2000

Suite au lancement de productions de séries originales, les chaînes câblées américaines (HBO, FX, AMC, Showtime et, plus récemment, Netflix¹¹) se sont vite imposées comme des instances majeures du divertissement audiovisuel. Ces séries vont donner lieu à de nombreux discours critiques qui, à leur tour, contribuent à ériger la fiction télévisuelle des années 2000 en un véritable phénomène culturel. Dans un but de légitimation, ces discours introduisent de nouvelles catégories de pensée ou mobilisent des concepts datés en les remplissant d'un sens nouveau, et ce afin de répondre à un défi théorique et historiographique, voire épistémologique: comment parler aujourd'hui des séries télévisées, une forme culturelle qui exige d'être appréhendée dans son renouvellement esthétique et à l'intérieur d'un paysage médiatique en continuelle mutation?

Affectant à la fois la production et la réception des programmes (introduction de nouveaux dispositifs de tournage, élaboration de réseaux alternatifs de diffusion, prolifération des supports de visionnage), une série de transformations économiques, législatives et technologiques ont profondément modifié le cadre d'intelligibilité de l'objet «télévision». C'est précisément dans ce contexte sous tension, marqué par les efforts des instances de production et de réception visant à configurer un nouvel espace de savoir, que le syntagme «*Quality TV*» a ré-émergé; employé de manière discontinue depuis les années 1950, il revient en force à la fin des années 1990 afin de désigner, dans un premier temps, les productions originales de HBO, pour ensuite s'étendre à d'autres chaînes de télévision à péage¹².

Qu'ils proviennent des sphères de la production ou de la diffusion, des critiques, des théoriciens ou des consommateurs eux-mêmes, les discours autour de la *Quality TV* relèvent d'un réseau complexe de relations (économiques, communicationnelles, idéologiques) duquel découle une grande diversité des définitions, souvent incompatibles, au point qu'il serait envisageable de parler plutôt de télévisions de qualité. Toutefois,

¹¹ Netflix n'est pas une chaîne câblée à proprement parler; initialement conçu comme un service de commande de DVD par voie postale, il se transforme en 2007 en plateforme numérique de distribution et de visionnage, avant de passer, à partir de 2011, à la diffusion de séries originales.

¹² Voir Janet McCabe et Kim Akass (éd.), *Quality TV. Contemporary American Television and Beyond*, Londres, I. B. Tauris, 2007.

13 Robert J. Thompson, *Television's Second Golden Age: From Hill Street Blues to ER*, Syracuse, Syracuse University Press, 1997, pp. 13-16 [notre trad.].

14 Kim Akass et Janet McCabe, «Ce n'est pas de la télévision, c'est de la télévision de qualité: quand HBO redéfinit la TV», *op. cit.*, p. 132. Et un peu plus loin: «C'est lorsque une série se coule dans un genre préétabli tout en repoussant les limites de ce genre que HBO réussit le mieux à imposer sa griffe» [notre trad.].

15 «Portant encore les traces de ses origines théâtrales, les premières fictions télévisuelles prirent typiquement la forme d'une pièce de théâtre» [notre trad.], Robin Nelson, «Studying Television Drama», dans Glen Creeber (éd.), *The Television Genre Book*, Londres, BFI, 2001, p. 8. Au sujet de ce genre «primitif» de la fiction télévisuelle, Creeber affirme la chose suivante: «Ses lointaines origines télévisuelles et radiophoniques aidèrent à établir cette réputation culturelle que certains critiques taxèrent même de «littéraires» pour le choix de ses thèmes artistiques et de ses aspirations. Elle a ensuite cherché à être perçue avec une *considération hautement culturelle*, mise sur le marché et reçue différemment que les *soap operas* [...]» [notre trad.] (Glen Creeber, «The Single Play», *id.*, [nous soulignons]).

16 Brett Martin, *op. cit.*, p. 43.

17 David Buxton, *op. cit.*, p. 70.

18 Jane Feuer, «HBO and the Concept of Quality TV», dans Janet McCabe et Kim Akass, *op. cit.*, p. 148 [notre trad.].

19 Voir Hélène Monnet-Cantagrel, «Les séries HBO, style et qualité», dans François Jost (éd.), *op. cit.*, p. 142 et Josef Adalian, «TV Shows Getting Ambitious», *Variety*, 21 septembre 2007. URL: [http://variety.com/2007tv/features/tv-](http://variety.com/2007tv/features/tv-shows-getting-ambitious-1117972477/)

la tendance dominante, exemplifiée par le slogan «It's not TV, It's HBO», met l'accent sur la dimension esthétique des séries contemporaines marquées notamment par des processus de réappropriation et de réinvention de codes génériques préétablis. Selon Robert J. Thompson, la *Quality TV* se fonde, parmi d'autres critères, sur «la création d'un nouveau genre à travers la recombinaison d'autres, déjà établis»¹³, tandis que McCabe et Akass affirment que «les séries originales de HBO ont besoin de règles qui régissent les genres pour mieux imposer leur spécificité»¹⁴. La dimension réflexive induite par les références à des genres préétablis permet plus précisément de conférer une légitimation socioculturelle à la fiction télévisuelle. Or, puiser dans des genres institutionnalisés pour gagner en «qualité» est loin d'être une stratégie nouvelle. Rappelons qu'à ses débuts, la télévision américaine se tourne vers le théâtre comme étant le plus à même de concourir à la respectabilité du nouveau médium¹⁵. De même, dans les années 2000, les séries télévisées cherchent leur reconnaissance artistique *ailleurs*, plutôt que dans leur propre histoire. Comme le souligne Brett Martin, «[a]ucun autre média ne présente une telle tendance à l'aversion de soi»¹⁶. Ainsi, si *HBO is not TV*, la chaîne semble revendiquer pour ses séries une affinité artistique avec la tradition filmique, notamment par le truchement de conventions de genres cinématographiques.

En effet, il est impossible de dissocier les pratiques de réappropriation générique élaborées par la *Quality TV* de la prétention à une certaine «cinématisation»¹⁷ des séries contemporaines. D'après Jane Feuer, «le fait de se distancier de la télévision repose sur la revendication d'être autre chose: à savoir, cinéma d'auteur [Ndtr: *art cinema*] ou théâtre moderniste»¹⁸. Dans son étude du nouveau style HBO, Hélène Monnet-Cantagrel met en exergue leur «esthétique cinématographique», alors que Josef Adalian parle, quant à lui, de «*movie-ization*» du petit écran¹⁹. De-

shows-getting-ambitious-1117972477/ [consulté le 28 février 2016]. Néanmoins, il faut tenir compte de paramètres dépassant le seul aspect esthétique afin de prendre la juste mesure de ce rapprochement entre fictions cinématographique et télévisuelle dans ses manifestations actuelles. On pourrait citer, en

guise d'exemple, l'homogénéisation des pratiques spectatorielles, mais aussi le fait que toujours plus des théoriciens des séries télévisées contemporaines proviennent des études cinématographiques et s'emploient à articuler ce nouvel objet à une acception plus large du «cinéma» en termes académiques.

puis quelques années, les chaînes câblées s'efforcent, grâce à leurs campagnes publicitaires, de définir leurs programmes par opposition au modèle de la fiction télévisuelle associé aux réseaux traditionnels (les *networks*). Pour que HBO puisse se définir comme « Not TV », il faut s'appuyer sur des valeurs largement partagées qui connotent la « télévision » : à savoir un divertissement de moindre qualité, en comparaison notamment avec le cinéma. Mais, comme le rappelle François Jost, « toute définition de la qualité est normative »²⁰; elle n'est qu'une construction historique investie d'une fonction stratégique particulière.

Ainsi, dans les années 1950, le pôle d'exhibition de l'industrie cinématographique, désormais dissocié de la sphère de production (c'est-à-dire des studios qui, eux, en revanche, adoptent très tôt une stratégie d'intégration médiatique), développe une campagne agressive communiquant le message d'une *différenciation* qualitative des produits offerts par les deux médias²¹. Il faut de surcroît rappeler qu'à leurs débuts, les séries télévisées sont perçues comme un produit offert gratuitement aux téléspectateurs, les *networks* dépendant de sponsors pour financer leur production et diffusion. Par contraste, le visionnement des films sortis en salles dépend directement de la volonté des consommateurs de payer leur entrée. Des paramètres économiques conditionnent donc les discours sur la télévision, la comparaison avec le cinéma faisant pleinement partie de la construction des séries télévisées comme produit culturel. Si pendant longtemps cette comparaison s'est faite au détriment de la télévision considérée comme une forme d'expression inférieure, depuis l'avènement de la *Quality TV* des années 2000, on observe un mouvement inverse qui consiste à considérer les séries télévisées comme supérieures aux films de cinéma. Ainsi, les syntagmes utilisés pour qualifier les unes et les autres sont représentatifs de stratégies discursives qui visent tantôt la *différenciation*, tantôt le *rapprochement* des deux médias.

Effectivement, de 1950 à nos jours, l'industrie télévisuelle a beaucoup changé : le système des chaînes *premium* et l'ouverture au marché du DVD ont institué une relation économique immédiate entre les séries et leur public. Dans ce contexte, le transfert de qualité visé par la « cinématisation » de ces programmes fonctionne comme un argument – parmi d'autres – appelé à convaincre le spectateur de payer l'abonnement mensuel ou d'acheter la collection intégrale d'une série. Eu égard aux reconfigurations récentes du marché de l'audiovisuel, le concept

²⁰ François Jost, « Comment parler de la qualité ? », dans François Jost, *op. cit.*, p. II.

²¹ En 1948, le « décret *Paramount* » de la Cour suprême des États-Unis a marqué la fin du système des studios, caractérisé par sa structure d'intégration verticale, en regroupant sous une seule autorité les différents stades d'existence d'un film (production-distribution-exploitation). Pour un aperçu historique des conséquences du décret sur l'entrée des studios dans l'industrie télévisuelle, voir Christopher Anderson, *Hollywood TV. The Studio System in the Fifties*, Austin, University of Texas Press, 1994.

22 Simultanément, les chaînes *premium* ont tout intérêt à démocratiser ce concept d'« élite », comme l'ouverture à d'autres marchés (DVD, internet, etc.) en atteste. Cette démarche, à première vue contradictoire, est révélatrice de la stratégie des chaînes qui visent une croissance simultanée du capital culturel associé aux séries et de leur valeur d'usage.

23 Raphaëlle Moine, *op. cit.*, p. 76.

24 Ainsi, selon Akass et McCabe « les séries HBO les plus populaires sont la plupart du temps solidement ancrées dans les genres américains les plus « classiques », Kim Akass et Janet McCabe, *op. cit.*, p. 132. Stasi et Greiman font un constat similaire: « HBO a rapidement adopté, de façon successive, trois genres typiquement américains – le film de gangster, l'enquête policière [...], et le western – en les expurgant de leurs protagonistes héroïques » [notre trad.], Paul Stasi et Jennifer Greiman, « Introduction: *Deadwood* and the forms of American Empire », dans Paul Stasi et Jennifer Greiman (éd.), *The Last Western. Deadwood and the End of American Empire*, New York, Bloomsbury, 2013, p. 1. La question de l'identité nationale permet d'étudier les liens entre fiction télévisuelle et genres cinématographiques sous un autre angle. Ainsi, l'énorme succès des séries western dans les années 1950 pourrait être interprété à l'aune de la promotion d'une certaine « américanité » à l'ère de la Guerre froide; alors que la déconstruction du genre et de ses fondements idéologiques par une série contemporaine comme *Deadwood* témoignerait du contexte étasunien post-11 septembre.

de « qualité » s'avère particulièrement profitable, notamment en vertu de sa capacité à contaminer les consommateurs de sa force évaluative. En se dissociant de la télévision « standard », HBO et les autres chaînes câblées flattent leurs abonnés, leur procurant le sentiment de faire partie d'une élite culturelle: une « télévision de qualité » pour des « téléspectateurs de qualité »²². Plusieurs stratégies sont mises en œuvre pour créer et promouvoir l'idée d'un public de niche, à commencer par le recours aux genres cinématographiques établis de longue date. Au-delà des références cinéphiliques, les séries télévisées contemporaines puisent dans un héritage culturel et se bâtissent sur un savoir intertextuel qui rehausse le statut du spectateur. De la sorte, elles exploitent une fonction psychosociale des genres – entendus comme conventions ou accord implicite entre le pôle de la production et celui de la réception – en mobilisant le savoir qu'ils représentent. Selon Raphaëlle Moine, « en offrant une mise en scène du système des valeurs d'une société, codifiée dans des règles et des fonctions connues de tous, [le genre] aide les spectateurs à se reconnaître comme des membres de cette société »²³.

D'un média à l'autre : le système des genres aux débuts de la fiction télévisuelle et le cas exemplaire du Western

Truffées de références destinées à être appréciées par un public cultivé, les séries américaines contemporaines participent d'une conception élitiste des genres, lesquels par ailleurs contribuent à valoriser le patrimoine culturel national. En effet, la télévision à péage fait aujourd'hui appel à des genres associés au cinéma américain: films de gangster (de *The Sopranos* à *Boardwalk Empire*), *detective films* (de *The Wire* à *True Detective*) et western (*Deadwood*)²⁴. Si les genres sont actuellement mobilisés pour leur plus-value culturelle et artistique, cette pratique n'a plus les mêmes finalités que dans les années 1950. A cette époque, le recours au système des genres constitue d'abord une stratégie mise au service d'une rationalisation de la production au sein d'un marché médiatique bouleversé.

La répartition systématique des films en genres est en effet historiquement liée au fonctionnement économique du cinéma classique hollywoodien dont la logique industrielle vise à standardiser la production et à minimiser les risques financiers. A la fin des années 1940, le « décret *Paramount* » et le démantèlement du système d'intégration

verticale obligent les studios à modifier les modes de production. Ayant perdu le contrôle de l'exploitation de leurs propres films, ils ne trouvent désormais aucun intérêt à fabriquer en masse de films de genre. La nouvelle réalité de l'industrie hollywoodienne favorise du même coup la réalisation de «*blockbusters*», à savoir des spectacles à gros budgets, produits indépendamment et dont le financement promet des succès jusqu'à lors impensables. Ces films représentent cependant des risques considérables, sans compter que les studios, ayant perdu le contrôle des salles, ne peuvent espérer qu'une rentabilité tardive. Afin de survivre sur un marché très concurrentiel, ils optent pour la stratégie d'intégration médiatique qui permet leur entrée en scène dans l'industrie télévisuelle: la production de séries originales offre alors l'opportunité d'une rationalisation de la politique d'investissements, en exploitant un territoire vierge, avec un savoir-faire, un mode d'organisation et une infrastructure à leur disposition.

Ainsi, la fabrication à la chaîne de films de genre, majoritairement abandonnée dans la production cinématographique, est reprise avec quelques années de retard à la télévision. Au courant de l'année 1955, Warner et ABC (un des trois principaux *networks* de la télévision américaine, à l'instar de NBC et CBS) arrivent au terme de leurs longues négociations avec un accord spécifiant que les programmes fournis par le studio seront divisés en quatre genres: «*romantic-intrigue*», «*mystery*», «*western*» et «*teenage comedy*»²⁵. Il s'agit d'un choix stratégique qui garantit au studio une entrée en douceur vers un média et un public nouveaux, grâce à la mise en œuvre de contrats de lecture stables et facilement reconnaissables²⁶. En capitalisant sur la familiarité du public avec les genres filmiques, les studios cherchent également à construire un «télé-spectateur» appréhendé comme une entité subjective prévisible dans ses goûts et rentable dans ses potentialités de consommateur. La domination du western dans la deuxième moitié des années 1950 – il occupe un tiers de *prime time*, tous *networks* confondus – illustre donc la tendance de l'industrie cinématographique à s'imposer dans cette *terra incognita* à travers un produit familier et emblématique de l'histoire du cinéma américain, jouissant, toujours à l'époque, d'une grande popularité²⁷.

Afin de mieux saisir le caractère dynamique et contingent des liens qui s'établissent entre le système des genres et la *Quality TV*, nous proposons de revenir sur l'arrivée du western à la télévision. Le concept

²⁵ Christopher Anderson, *op. cit.*, p. 167. Le système des genres comme principe directeur est affirmé également par le fait que «au cas où une seule de ces séries faisait de mauvais résultats, le contrat stipulait qu'ABC et Warner Bros. la substituerait à une autre, d'un genre totalement différent.» [notre trad.], *ibid.* [nous soulignons].

²⁶ «[L]e genre est cet ensemble de règles partagées qui permettent à l'un (celui qui fait le film) d'utiliser des formules de communication établies et à l'autre (celui qui le regarde) d'organiser son propre système d'attente.», Francesco Casetti, *Les Théories du cinéma depuis 1945*, Paris, Nathan, 1999, p. 298.

²⁷ Selon Lafferty: «L'omniprésent western, produit de base de la radio et du cinéma, devint tout aussi important pour la télévision à ses débuts, à travers la diffusion à la fois des films sortis en salle et des programmes originaux, poussant le magazine *Sponsor* à affirmer que la télévision avait «littéralement poussé sur les bases de la programmation des westerns»» [notre trad.], William Lafferty, «Film and Television», dans Gary R. Edgerton, *Film and the Arts in Symbiosis. A Resource Guide*, New York, Greenwood Press, 1988, p. 292.

de qualité, entendu comme construction discursive, relève de la configuration, toujours instable, des rapports de force entre les différents acteurs impliqués dans les industries cinématographique et télévisuelle. Vue sous cet angle, la conception – d'ailleurs largement répandue jusqu'à nos jours – selon laquelle la facture visuelle propre aux westerns est *par essence* incompatible aux formats imposés par le petit écran, se révèle être une stratégie, parmi d'autres, de *différenciation*, à savoir de construction de la fiction télévisuelle comme spectacle de « moindre qualité ». En effet, l'imagerie spectaculaire en tant que trait stylistique définitoire du western (prédominance des plans généraux, tournage en décor réel, scénographie épique) tient plus de l'imaginaire entourant le genre que de la réalité esthétique de sa production filmique. La vaste majorité des westerns qui sortent en salles jusque dans les années 1950 sont des films de série B : bon marché, produits en masse, caractérisés par une « pauvreté » stylistique typique des longs-métrages à faible budget, ils sont, en outre, très souvent organisés en séries, donnant l'occasion aux acteurs de jouer à plusieurs reprises les mêmes personnages. C'est avec ce type de production que le western fait son entrée sur le marché télévisuel. Les studios peuvent de la sorte profiter de leurs infrastructures, peut-être davantage que d'autres genres, pour produire des nouveaux épisodes à un rythme élevé, tandis que les *networks* exploitent l'idée des « espaces ouverts » (à savoir l'imagerie traditionnelle du western) afin de promouvoir ces séries comme une alternative aux *singles plays*, genre télévisuel déjà établi. Par conséquent, les premières séries western, telles *Cheyenne*²⁸, *Gunsmoke*²⁹ (fig. 2) et *Maverick*³⁰, sont fabriquées à l'image des *b-movies* qui inondent les salles durant l'âge d'or des studios hollywoodiens. La mise en place du cadre générique s'effectue alors à un niveau sémantique élémentaire (type de personnages, costumes, décor, espace et temps diégétiques) dont l'« adaptation » aux particularités du nouveau médium ne pose *a priori* aucun problème³¹.

Comme évoqué plus haut, les studios se mettent à produire des séries de genre afin de soutenir financièrement leur production filmique, désormais centrée sur de longs-métrages à gros budget. Cette période voit l'émergence du syntagme « *adult western* » conçu comme un indicateur de qualité, voire de *différenciation* qualitative entre cinéma et télévision. Il est alors employé pour décrire de grosses productions telles que *Le Train sifflera trois fois* (*High Noon*, Fred Zinnemann, États-Unis,

28 ABC, 1955-1963.

29 CBS, 1955-1975.

30 ABC, 1957-1962.

31 Signalons à ce titre l'importance des génériques de début dans les séries western dont une des fonctions primordiales consiste à communiquer, de manière succincte, l'identité générique de l'œuvre par le défilement sur l'écran des *topoi* iconographiques (le cowboy, le cheval, le *saloon*, etc.). En règle générale, c'est pendant les premières minutes d'un épisode que les séries sont le plus génériquement marquées. Ainsi, il ne devrait pas être surprenant que deux westerns télévisuels produits à cinquante ans de distance, *Gunsmoke* et *Deadwood*, n'aient recours qu'une seule fois, et ce dans la séquence d'ouverture du pilote, à ce type de plans traditionnellement associé au genre, à savoir des panoramiques contemplatifs balayant des espaces désertiques.

1952), *L'Homme des vallées perdues* (*Shane*, George Stevens, E.-U., 1953) ou *La Prisonnière du désert* (*The Searchers*, John Ford, E.-U., 1956). Immédiatement réappropriée par les critiques et les spectateurs, cette étiquette est essentialisée pour devenir un sous-genre, synonyme de films adoptant une posture réflexive vis-à-vis des codes génériques, reposant sur des personnages à la psychologie complexe et contenant des allusions à l'actualité sociopolitique³².

De leur côté, les *networks* s'appuient sur leurs accords avec les studios afin d'attirer des sponsors. Avant même la diffusion des premiers épisodes, des annonces publicitaires s'efforcent de *rapprocher* les séries de la tradition filmique – en employant des slogans qui ne sont pas sans rappeler les discours contemporains de « cinématisation » des productions originales des chaînes câblées – et ce afin d'exploiter le capital culturel associé à Hollywood³³. Néanmoins, quand *Cheyenne* et les autres séries produites par Warner rencontrent enfin le public américain, les résultats déçoivent. Ces programmes sont reçus par les critiques et les téléspectateurs comme une reproduction stérile des stéréotypes des films de série B ; leurs intrigues manichéennes, basées sur une succession de scènes d'action, semblent bien maigres comparées aux structures

³² Dans le contexte francophone, André Bazin, toujours enclin à proposer des linéarités téléologiques, introduit une autre étiquette, celle de « sur-western », afin de promouvoir la même hypothèse : à savoir que le western traditionnel, fidèle aux mythes fondateurs de l'Ouest, passe dans les années 1950 à la télévision, tandis qu'au cinéma, la psychologisation des *cow-boys* et les références symboliques à l'actualité sociopolitique participent à un renouvellement du genre. Voir André Bazin, « Evolution du western », *Cahiers du cinéma*, décembre 1955, pp. 22-27.

³³ Par exemple, le clip promotionnel diffusé par ABC inclut l'annonce suivante : « De la capitale du divertissement provient Warner Bros. Présente – l'heure qui vous présente Hollywood – réalisée pour la télévision par l'un des grands studios de cinéma. Chaque semaine, Warner Bros. vous emmène derrière les caméras pour vous montrer comment les films sont faits. Et chaque semaine vous découvrirez une nouvelle histoire tirée d'une de ces fameuses productions de Warner Bros. : *Casablanca*, *King's Row* et *Cheyenne*. » [notre trad.], Christopher Anderson, *op. cit.*, pp. 191-192. Chacun des trois titres évoqués est représentatif d'un genre particulier. Il s'agit, simultanément, de profiter de la notoriété de ces films pour capter l'attention du public. Ce procédé, connu sous le nom de « *spin-off* », a régulièrement été employé jusqu'à nos jours.

³⁴ *Id.*, p. 193 ; et il continue : « La série représente une opération en deça de la moyenne qui ne peut qu'affecter négativement les sponsors, ABC et Warner Bros. » [nous traduisons et soulignons].

³⁵ Le texte lu par Wayne est révélateur des stratégies de *rapprochement* de la tradition filmique : « Bonsoir. Mon nom est Wayne. Certains d'entre vous m'ont peut-être déjà vu. Je l'espère. J'ai traîné à Hollywood pas mal de temps. J'y ai fait beaucoup de films, de toutes sortes, et certains furent des westerns. Et c'est de ça dont je vais vous parler : un western. Une nouvelle émission de télévision du nom de *Gunsmoke*. Non je n'en fais pas partie. J'aurais pourtant voulu en être parce que je pense que c'est la meilleure qui ait jamais existé. J'espère que vous serez d'accord avec moi. C'est honnête, c'est *adulte*, c'est réaliste. » [notre trad.].

³⁶ Je me réfère ici au processus d'influence minoritaire, selon le concept introduit par les théoriciens de la psychologie sociale. Remarquons que la « minorité » ne doit pas être entendue ici en termes quantitatifs. Voir notamment Serge Moscovici, *Psychologie des minorités actives*, Paris, Presses Universitaires de France, 1979.

³⁷ Plusieurs facteurs contribuent à précipiter la fin de l'âge d'or des séries western. Selon Boddy, les problèmes économiques de Warner Bros. (qui fait renvoyer 25% de son personnel en 1962), le studio le plus étroitement associé à ce genre, ainsi que les enquêtes juridico-politiques sur le sujet de la violence au cinéma et à la télévision, menées aux États-Unis tout au long de cette décennie, sont à compter parmi les plus importants. Voir William Boddy, *op. cit.*, pp. 16-17.

³⁸ Sur les premières tentatives de promotion de l'idée d'un public de niche et

narratives complexes introduites par les westerns de série A. Le 23 septembre 1955, le président d'ABC, Robert Kintner, écrit à Jack Warner : « *King's Row* et *Cheyenne* sont d'une *qualité* nettement inférieure à celle de la plupart des autres programmes offerts par la télévision »³⁴. Les *networks* et leurs sponsors aspirent à des séries qui seraient en mesure de transporter la « grandeur » du spectacle hollywoodien sur le petit écran. Une des stratégies adoptées pour répondre à ces ambitions consiste à inviter des stars de cinéma en espérant que leurs brèves apparitions légitiment les séries. Ainsi, le pilote de *Gunsmoke* s'ouvre sur un plan de John Wayne qui, regard caméra, invite les téléspectateurs à suivre cette nouvelle série en la qualifiant, de manière paradoxale mais significative, d'« *adult western* », à savoir l'étiquette que Hollywood a élaboré pour *différencier* ses films des séries du même genre³⁵ (fig. 3).

Ce détour par l'histoire du western télévisuel nous permet de mieux mesurer l'influence du contexte institutionnel sur la pratique de réappropriation des genres cinématographiques par les séries. Les négociations entre les différents acteurs du marché, destinées à construire des espaces de réception au service d'intérêts divergents, ont fourni aux historiens les fondements pour un découpage de l'histoire de la fiction télévisuelle en séquences distinctes, à savoir les différents « âges d'or ». Or, il ne faut pas sous-estimer le caractère dynamique des relations développées entre les sphères de la production et de la réception, comme l'illustre le syntagme d'« *adult western* » qui révèle que le public jouit d'une certaine marge de manœuvre lui permettant d'influer à son tour sur la politique de fabrication de programmes et de leurs codes génériques³⁶. En effet, même si une analyse historique plus approfondie serait nécessaire afin d'expliquer le déclin du western télévisuel à partir de la deuxième moitié des années 1960³⁷, on ne saurait dissocier complètement cette évolution des transformations qui surviennent pendant la même période dans le domaine des sondages sur les préférences du public : ce n'est plus seulement la quantité de téléspectateurs qui importe, mais également sa corrélation avec des facteurs *qualitatifs*. L'étiquette de « qualité » est accordée aux programmes susceptibles d'attirer une population jeune, urbaine et de classe moyenne, autrement dit des consommateurs actifs³⁸. Le

le rôle central de la société Nielsen, spécialisée en enquêtes de marketing et qui

fait son entrée sur le marché télévisuel en 1969, voir David Buxton, *op. cit.*, p. 55.

3

western, genre de prédilection des spectateurs d'«âge avancé» d'après ces mêmes sondages, ne semble alors plus profitable pour les *networks* dont le financement dépend de la prévente des tranches horaires aux agences publicitaires.

***Deadwood* : entre le modèle du Nouvel Hollywood et les stratégies de rupture**

Même si le déclin au cinéma et à la télévision du western à partir des années 1970 constitue, en termes quantitatifs, un fait indéniable, il va vite acquérir une dimension mythique, voire paradigmatique, notamment grâce aux approches textuelles et esthétiques peu sensibles aux discontinuités historiques³⁹. En effet, le principe de l'évolution linéaire découle de la place éminente occupée par le western au sein de la théorie générale des genres qui émerge dans les années 1970 – tout comme d'ailleurs celle du rôle primordial joué par les motifs iconographiques dans l'identification des genres⁴⁰. Or, ces derniers gagnent à être étudiés comme des phénomènes pluriels et hétérogènes car, outre leur fonction classificatoire, ils constituent des conventions socioculturelles. A chaque époque, les contextes historique et institutionnel structurent la production artistique ainsi que l'activité spectatorielle et, par extension, déterminent notre conception des genres. C'est pourquoi une analyse strictement esthétique ne saurait éclairer la tendance des séries télévisées contemporaines à revivifier des genres «moribonds».

En se constituant en tant que «lieu» de réinvention des codes génériques, HBO est une maison de production qui permet la création d'une

³⁹ Voir par exemple Thomas Schatz, *Hollywood Genres: Formulas, Filmmaking and the Studio System*, New York, Random House, 1981.

⁴⁰ «[...] Le Western a été la principale référence pour les théories iconographiques à la fin des années 1960 et au début des années 1970. Comme Buscombe l'a clairement démontré en 1970, les conventions visuelles du western sont à la fois très spécifiques et très codées. Pourtant, comme il l'a soulevé plus récemment, le western est à cet égard davantage l'exception générique plutôt que la règle [...] il ne s'agit pas vraiment d'un modèle valable pour des conceptions générales des théories du genre.» [notre trad.] (Steve Neale, *Genre and Hollywood*, Londres, Routledge, 2000, pp. 133-134).

œuvre comme *Deadwood*, laquelle offre au western la possibilité de renaître de ses cendres. Dans cette perspective, on peut interpréter les stratégies d'adhésion de cette série à la *Quality TV* des années 2000 en les référant aux tensions existantes entre cinéma et télévision (entendus ici comme des constructions discursives) et présentées plus haut sous la forme d'une dialectique entre *rapprochement* et *différenciation*. Si *Deadwood* affiche son identité générique afin notamment d'affirmer son affiliation à l'histoire et à l'esthétique cinématographiques, la légitimation artistique passe cette fois-ci par un changement de paradigme. Alors que les séries télévisées des années 1950-1960 s'appuyaient sur le système des genres façonné par les studios, les productions originales de HBO et des autres chaînes câblées semblent mobiliser aujourd'hui un modèle différent : celui du *Nouvel Hollywood*. Traditionnellement employée dans l'historiographie pour désigner un certain nombre de films américains produits entre la fin des années 1960 et le début des années 1980, cette étiquette définit des œuvres qui se caractérisent par une valorisation de la figure de l'auteur, ainsi que par la transgression systématique des conventions génériques établies par le cinéma classique hollywoodien⁴¹.

L'arrivée de la « politique des auteurs » aux Etats-Unis dans les années 1960⁴² impose une relecture de l'histoire du cinéma américain par la création d'un « panthéon » d'auteurs, impensable pendant la

⁴¹ Pour une approche historique et théorique du « Nouvel Hollywood », voir : Geoff King, *New Hollywood Cinema: An Introduction*, Londres, I. B. Tauris, 2002 ; Peter Krämer, *The New Hollywood. From Bonnie and Clyde to Star Wars*, New York, Wallflower, 2005 ; Peter Biskind, *Le Nouvel Hollywood: Coppola, Lucas, Scorsese, Spielberg. La révolution d'une génération*, Paris, Le Cherche Midi, 2006.

⁴² Voir Andrew Sarris, « Notes on the Auteur Theory in 1962 », *Film Culture*, n° 27, hiver 1962/1963, pp. 1-8.

4/ *Deadwood*, saison 2, épisode 2 : « A Lie Agreed Upon, part 2 »

période dite «classique» où les réalisateurs étaient considérés comme de simples artisans, un maillon parmi d'autres dans une longue chaîne de production. Un nouveau cadre conceptuel s'instaure progressivement, à savoir une manière différente de penser les œuvres cinématographiques – y compris plusieurs films de genre de série B – comme les produits du génie créatif des artistes. Or, il est significatif de noter que c'est à la même époque que l'étude des genres s'institutionnalise aux États-Unis⁴³. Ainsi, les débuts de jeunes réalisateurs, tels que Brian De Palma, Peter Bogdanovich, Robert Altman ou Martin Scorsese – les premiers à bénéficier d'une formation universitaire en histoire et théorie du cinéma –, s'inscrivent dans un contexte particulier (celui du tournant des années 1960 et 1970) marqué par l'oscillation entre la valorisation de la figure d'auteur et la réalité de la production filmique en termes de genre.

Associée depuis longtemps à une approche critique du système des studios conceptualisé comme une industrie culturelle, la notion de genre acquiert une signification nouvelle dans le contexte du Nouvel Hollywood: d'après Douglas Gomery, «la production régulière de films de genre constitue le fondement du succès du «Nouvel Hollywood»»⁴⁴. La déconstruction et la réinvention des codes génériques apparaît comme une stratégie artistique permettant à une nouvelle génération de cinéastes d'accéder au statut d'auteur. En 1978, la publication d'une première étude du «jeune» cinéma américain, signée par John G. Cawelti⁴⁵, pose les bases de cette construction discursive qui sera «institutionnalisée» au cours de la deuxième moitié des années 1990, grâce à une prolifération d'articles qui instaurent la reconnaissance de l'auteur et la réinvention des genres en conventions fondamentales du Nouvel Hollywood. Selon les écrits de Patrick Phillips, de Joseph Sartelle ou, encore, de John Hill, la posture réflexive et la pratique du pastiche sont les signes distinctifs de ce mouvement filmique⁴⁶. Quoique coupable de généralisations qui méritent d'être nuancées, cette production discursive oriente la lecture d'un chapitre particulièrement valorisé du cinéma américain, au moment même où les chaînes câblées se lancent dans la production

⁴⁵ «Que la transformation générique ait été une source d'énergie artistique aussi importante pour les plus énergiques des jeunes réalisateurs suggère qu'il s'agit là d'un élément central de l'état actuel du cinéma américain» [notre trad.], John G. Cawelti, «*Chinatown* and Generic Transformation in Recent American Films», dans Barry Keith Grant (éd.), *Film Genre Reader II*, Austin, University of Texas Press, 1995 [1978], p. 244. Cawelti établit une typologie qui distingue quatre modes différents de transformation générique par les films du Nouvel Hollywood: le burlesque humoristique, l'évocation nostalgique, la démythologisation et, enfin, l'affirmation du mythe en tant que tel. Il inclut dans ce «mouvement» une série des westerns, tels que *The Wild Bunch*, *McCabe and Mrs. Miller* et *Little Big Man*, qui déconstruisent, selon l'auteur, l'image de la conquête de l'Ouest comme une victoire de la civilisation et du «progrès»: «Ces films font délibérément référence aux caractéristiques basiques d'un genre traditionnel afin d'amener son public à appréhender le genre comme étant l'incarnation d'un mythe destructeur et inadéquat» [notre trad.] (*id.* p. 238).

⁴⁶ Patrick Phillips, «Genre, Star and Auteur: An Approach to Hollywood Cinema» dans Jill Neldes (éd.), *An Introduction to Film Studies*, Londres, Routledge, 1996, pp. 60-78; Joseph Sartelle, «Dreams and Nightmares in the Hollywood Blockbuster» dans Geoffrey Nowell-Smith, *op. cit.*, pp. 516-526; John Hill, «Film and Postmodernism» dans John Hill et Pamela Church Gibson (éd.), *The Oxford Guide to Film Studies*, Oxford, Oxford University Press, 1998, pp. 96-105.

⁴³ Christine Gledhill, «History of Genre Criticism», dans Pam Cook (éd.), *The Cinema Book*, Londres, British Film Institute, 1985, p. 58.

⁴⁴ Douglas Gomery, «The New Hollywood» dans Geoffrey Nowell-Smith (éd.), *The Oxford History of World Cinema*, Oxford, Oxford University Press, 1996, p. 480 [notre trad.].

5

47 NBC, 1981-1987.

48 ABC, 1993-2005.

49 Voir par exemple Brett Martin, *op. cit.*, pp. 46-58 et 274, ainsi que David Buxton, *op. cit.*, p. 56.

50 Selon le critique Brian Lowry : « HBO a peut-être bien trouvé sa prochaine grande addiction dramatique – un portrait vulgaire, abrasif, parfois très vilain du vieux Ouest, débordant de génie noir que l'extraordinaire créateur et scénariste de la série David Milch tient au bout de ses doigts. » [notre trad.], Brian Lowry, « Deadwood », *Daily Variety*, 19 mars 2004, p. 2. Voir encore Mark Singer, « The Misfit: How David Milch got from NYPD Blue to Deadwood by Way of an Epistle of St. Paul », *The New Yorker*, 14-21 février 2005, pp. 192-205. D'ailleurs, un ouvrage « académique » consacré à *Deadwood* s'ouvre sur un chapitre qui fait ouvertement l'éloge de son auteur : « Given the collaborative nature of television creativity, the world of a series can never be solely owned, but make no mistake: David Milch is *Deadwood's*

des séries originales. Plus qu'une coïncidence historique, la théorisation du Nouvel Hollywood fournit un modèle que la nouvelle *Quality TV* semble s'approprier à des fins de légitimation culturelle (fig. 4).

En premier lieu, HBO met en évidence le concept d'auteur comme l'un des principaux vecteurs de réception de ses productions originales, à l'instar de leur identité générique. Les noms de David Chase (*The Sopranos*), David Simon (*The Wire*) et Terrence Winter (*Boardwalk Empire*), parmi d'autres, gagnent en popularité et la notion de *showrunner* acquiert, pour la première fois, une place prépondérante dans le champ de la télévision. L'émergence de cette instance individuelle contribue considérablement à légitimer les séries télévisées et à les hisser au rang d'œuvres d'art. Qui plus est, les études télévisuelles adoptent de plus en plus fréquemment des approches esthétiques qui se distinguent des études sociologiques jusque-là dominantes, en s'intéressant au contenu narratif et esthétique des séries. David Milch (fig. 5), le *showrunner* de *Deadwood*, occupe une place centrale dans ces études qui mettent en lumière son rôle de scénariste dans le cadre de *Hill Street Blues*⁴⁷ et *NYPD Blue*⁴⁸, deux séries considérées comme des « précurseurs » ouvrant la voie à la *Quality TV* des années 2000⁴⁹. C'est à son inspiration créative que la littérature critique et académique rattache systématiquement la qualité esthétique de *Deadwood*⁵⁰. De plus, la réception critique interprète souvent le travail de David Milch comme un projet, tout à fait conscient, de déconstruction des mythes fondateurs de la nation américaine et de réinvention des rapports que le genre du western entretient avec l'histoire. Dans un entretien publié lors de la diffusion de la deuxième saison de *Deadwood*, Milch déplore le fait que le western cinématographique « révèle beaucoup de choses sur l'industrie hollywoodienne, mais absolument rien sur la réalité de l'Ouest au XIX^e siècle »⁵¹. L'enjeu consiste alors à situer *Deadwood* dans le sillage des succès précédents de HBO, notamment *The Sopranos* et *The Wire*, dont la réception critique fait l'éloge en insistant sur leur réalisme et leur souci de « vérité » historique, voire de

propriété », David Lavery, « *Deadwood*, David Milch, and Television Creativity » dans David Lavery (éd.), *Reading Deadwood. A Western to Swear By*, Londres, I. B. Tauris, 2006, p. 6.

51 Heather Havrilesky, « The Man Behind *Deadwood* », *Salon* [en ligne], 5 mars 2005. URL : www.salon.com/2005/03/05/milch/ [consulté le 29 mars 2016] [notre trad.].

«vérité» sociologique⁵². Le dispositif paratextuel qui accompagne la diffusion de *Deadwood* présente cette série comme une leçon d'histoire destinée à un public prêt à faire face à son passé – un public implicitement considéré comme étant de «qualité». Les trois documentaires inclus dans le coffret DVD de la série (*The Real Deadwood*, *The Real Deadwood of 1877* et *Deadwood Matures*⁵³) juxtaposent des entretiens de Milch avec les commentaires des historiens, tels qu'Elizabeth Cook-Lynn et David Wolff, qui corroborent l'authenticité de *Deadwood*, laquelle contraste fortement avec films et séries westerns d'antan enclins à l'idéalisation. La série elle-même intériorise ce cadre interprétatif et invite à la recevoir comme une œuvre fictionnelle aux dimensions méta-discursives. *Deadwood* apparaît alors comme un western révisionniste qui vise à dévoiler la réalité de la conquête de l'Ouest, régulièrement dissimulée ou mystifiée par les fictions cinématographiques ou télévisuelles.

Officiellement non existante (on parle de «campement» et pas encore de ville), *Deadwood* est bâtie par des opportunistes qui s'approprient et colonisent le territoire – très riche en or – au pied de Black Hills, violant ainsi le traité de Fort Laramie signé entre les Etats-Unis et le peuple amérindien. Malgré l'absence des lois, une communauté autogérée se forme rapidement et commence à improviser des institutions, en attendant son annexion – imminente et inéluctable – à la Confédération. La structure narrative s'organise autour des habitants de cette ville, un ensemble des personnages qui «ne sont pas seulement les actants principaux du ou des récits, mais sont aussi les porteurs du point de vue qui donne son sens à l'univers fictionnel»⁵⁴. Les tensions y sont nombreuses – hiérarchiques, politiques, éthiques ou, même encore, romantiques, les relations entre les membres de cette communauté, mises à l'épreuve d'une période de transition historique, constituant le moteur dramaturgique de la série.

Fondée sur une intégration des codes de genre du western, la dimension réflexive de *Deadwood* se trouve «diégétisée» par la récurrence de motifs liés à la performance et au spectacle, accentués par la théâtralité du jeu des acteurs. Qu'il s'agisse d'Al Swearengen, Calamity Jane, E.B. Farnum ou encore de Whitney Ellsworth, tous les personnages se mettent à soliloquer fréquemment et à haute voix. Si ces monologues s'inspirent des pièces shakespeariennes, la référence devient encore plus évidente lors de la troisième saison, avec l'arrivée en ville d'une troupe de

⁵² Voir Marie-Hélène Bacqué, Amélie Flamand, Anne-Marie Paquet-Deyris, Julien Talpin (éd.), *The Wire. L'Amérique sur écoute*, Paris, La Découverte, 2014.

⁵³ *Deadwood: The Complete Series*, Home Box Office, 2008.

⁵⁴ Jean-Pierre Esquenazi, «Une série peut-elle être une œuvre?», *Télévision*, n° 2, 2011, p. 95.

6/ *Deadwood*, saison 1, épisode 12, « Sold Under Sin »

⁵⁵ Saison 3, épisode 8, « Leviathan Smiles ».

⁵⁶ Aux références au théâtre élisabéthain, il faut également ajouter l'hommage à la littérature victorienne, évident dans la représentation du personnage féminin principal de la série, Alma Garret, à la fois au niveau de l'intrigue et du style visuel.

⁵⁷ « L'idée du western, je crois, comme les gens le conçoivent, est véritablement une invention du code de production Hays des années 1920 et 1930 et elle n'a vraiment rien à voir avec l'Ouest ; en revanche, elle a beaucoup à voir avec l'influence des Juifs d'Europe centrale arrivés à Hollywood afin de présenter à l'Amérique une image aseptisée et héroïque de ce qu'était l'Amérique. » [notre trad.], Heather Havrilesky, *op. cit.*

⁵⁸ Clin d'œil métadiscursif, le titre des deux premiers épisodes de la deuxième saison, « A Lie Agreed Upon », semble se référer à la version officielle de l'histoire de l'expansion de l'Amérique vers l'Ouest.

théâtre dont le directeur cite, peu avant sa mort, *Le Roi Lear*⁵⁵. Contribuant à l'hybridité générique de la série⁵⁶, le motif de la théâtralité souligne en outre le processus de mise en spectacle intrinsèque à toute œuvre de fiction – une manière de rendre explicite la mythologisation à laquelle le genre du western cinématographique et télévisuel a été longtemps soumis. En affichant une distance avec ses prédécesseurs et en jouant sur la théâtralité de certaines situations, *Deadwood* critique en effet la tendance à naturaliser la réalité historique et politique des Etats-Unis. Selon les propos de David Milch lui-même, les films et séries westerns ont contribué, au fil des années, à consolider les légendes et les mythes de la conquête de l'Ouest, délaissant tout ce qui relevait d'une réalité historique peu flatteuse⁵⁷. A l'inverse, la série HBO propose une nouvelle version de cet épisode de l'histoire américaine, en rétablissant une « vérité » historique jusqu'ici édulcorée⁵⁸.

De manière significative, *Deadwood* déjoue les attentes spectatoriennes en érigeant Al Swearengen en vrai protagoniste du récit, face aux héros archétypiques que sont Seth Bullock (le « shérif réticent ») et Wild Bill Hickok (le « mythe de l'Ouest incarné »). Construit de manière stéréotypée au cours des premiers quatre épisodes en tant que « méchant » classique du western – comme en attestent son comportement violent, ses costumes noirs, sa moustache et, surtout, le machiavélisme du jeu de Ian McShane – il émerge rapidement comme le foyer principal de focalisation et de perception de l'univers diégétique. Représentant de l'ancien

ordre menacé par l'arrivée du capitalisme impersonnel, Al Swearengen exerce son pouvoir à travers ses qualités d'observateur. Il sort régulièrement sur son balcon – symbole par excellence de son autorité et outil de perception panoptique – afin d'observer le comportement des autres (fig. 6). Il impose sa volonté, moins par les moyens de la violence, que par sa capacité à voir derrière les apparences et à comprendre les motivations cachées de ses adversaires. Délégué du spectateur, il se met systématiquement à observer les autres habitants de la ville – une galerie de personnages-cliché du western, tels le shérif, le journaliste, le médecin, les prostituées ou, encore, le *businessman* impitoyable incarné par George Hearst. De plus, il commente et explique leurs actions, contribuant à déconstruire le mythe pour faire émerger la réalité sous-jacente aux représentations. Enoncée par Swearengen et adressée aux spectateurs, la toute dernière réplique de la troisième saison résume le caractère réflexif de la série : en parlant de Johnny, un de ses protégés, Swearengen déclare : « Il voulait que je lui dise quelque chose de beau » (saison 3, épisode 12, « Tell Him Something Pretty ») ; ce qui s'avère impossible car le héros et le spectateur idéal de *Deadwood* partagent un même refus de l'embellissement de l'Histoire. Toutefois, la lucidité de Swearengen est mise à l'épreuve par la modernité, incarnée par la figure du capitaliste, George Hearst, et symbolisée par l'installation de pôles télégraphiques qui rend caduque toute forme de communication traditionnelle ⁵⁹.

Si *Deadwood* s'affiche comme une relecture dé-mythologisante de l'histoire américaine ⁶⁰, la série cherche également à réinventer les codes du western, comme le prouve le paratexte qui attribue la réussite de cette relecture aux talents du *showrunner*, David Milch. Le révisionnisme à visée légitimante dépend d'une double stratégie puisqu'il s'agit à la fois de se hisser au rang du cinéma (stratégie de rapprochement) et de s'en distancer pour marquer sa spécificité et son excellence (stratégie de différenciation). De ce point de vue, *Deadwood* est représentative d'un phénomène qui consiste à proclamer la supériorité des séries télévisées sur le cinéma, ce renversement des rapports de force étant perceptible à travers une multitude de discours, à commencer par celui des fans ⁶¹. A cet effet, une série d'arguments est mobilisée : la possibilité de créer un récit en perpétuelle expansion, sans les contraintes de durée imposées par l'institution cinématographique ; l'émancipation des restrictions imposées par le FCC (Commission fédérale des communications) ;

⁵⁹ Au début de l'épisode « A Lie Agreed Upon, Part I » (saison 2, épisode 1), Swearengen se trouve sur son balcon et fait part à Dan Dority de son opposition à l'arrivée du télégraphe : « Les choses ne sont-elles pas assez compliquées ? Est-ce qu'on ne fait pas face à assez de putains d'impondérables ? » [notre trad.].

⁶⁰ D'après la formulation de Perlman, « *Deadwood* déstabilise le statut épistémologique du western », Allison Perlman, *op. cit.*, p. 251 [notre trad.].

⁶¹ Hervé Glevarec et Michel Pinet, « Cent fois mieux qu'un film ». Le goût des jeunes adultes pour les nouvelles séries télévisées américaines », *Médiamorphoses*, n° hors-série, janvier 2007, pp. 124-33.

⁶² «Ce qui s'est passé durant ces dernières neuf ou dix dernières années, plus précisément à HBO, c'est ce que nous espérons qu'il se soit passé au milieu des années 1960 lorsque des films étaient tournés pour la télévision. Nous espérons qu'il existe cette forme de liberté... qui n'arriva pas.» [notre trad.], Hunter Walker, «Martin Scorsese: I'll direct more *Boardwalk Empire* if I'm able», *The Wrap*, 7 août 2010 [en ligne]. URL : www.thewrap.com/tca-martin-scorsese-would-direct-more-empire-episodes-19952/ [consulté le 28 mars 2016].

⁶³ «L'ex-président et directeur général de HBO est même allé plus loin en affirmant : «HBO est plus qu'une chaîne ; c'est un concept... d'une certaine manière, nous sommes des mécènes, tout comme les Médicis»», Kim Akass et Janet McCabe, *op. cit.*, p. 125.

⁶⁴ «Aujourd'hui, en France, on admet que les séries télévisées constituent un genre à part entière. [...] Le genre mérite donc non seulement l'attention, mais aussi le respect», Martin Winckler *Petit éloge des séries télé*, Paris, Gallimard, 2012, pp. 16-17. Dans la même veine, Monnet-Cantagrel parle d'«un phénomène de culte des séries, tendant à en faire un genre en soi de qualité» (Hélène Monnet-Cantagrel, *op. cit.*, p. 141) ; tandis que Jost reconnaît implicitement l'existence discursive de ce nouveau genre : «Bien avant que l'étiquette «Quality TV» devienne l'équivalent d'un nom de genre [...]» (François Jost, *op. cit.*, p. 13).

l'environnement «protégé» de la télévision à péage qui garantit aux artistes une liberté créative. En effet, des cinéastes renommés expriment de plus en plus souvent leur volonté de travailler à la télévision, à l'instar de Scorsese, réalisateur emblématique de la génération du Nouvel Hollywood, qui n'hésite à établir un lien entre ce «mouvement» du cinéma américain et les séries contemporaines⁶². Grâce notamment à une autopromotion méticuleusement travaillée, les chaînes *premium* se présentent alors comme le lieu par excellence de l'expression artistique au ^{xxi}e siècle⁶³.

En prenant appui sur des conventions génériques façonnées par le cinéma, une série contemporaine comme *Deadwood* pose les bases d'une communication avec les (télé)spectateurs qui s'applique à véhiculer le message de sa qualité supérieure. Elle impose ainsi un nouveau contrat de lecture, encourageant plusieurs critiques et chercheurs à interroger le statut de la *Quality TV* des années 2000 comme un *genre en soi*⁶⁴ – une question qui reste encore à explorer.