

# La télévision selon Alfred Hitchcock. Une esthétique de l'émergence

## Television According to Alfred Hitchcock: An Aesthetic of Emergence

Gilles Delavaud

Volume 23, numéro 2-3, printemps 2013

Fictions télévisuelles : approches esthétiques

URI : <https://id.erudit.org/iderudit/1015185ar>

DOI : <https://doi.org/10.7202/1015185ar>

[Aller au sommaire du numéro](#)

Éditeur(s)

Cinémas

ISSN

1181-6945 (imprimé)

1705-6500 (numérique)

[Découvrir la revue](#)

Citer cet article

Delavaud, G. (2013). La télévision selon Alfred Hitchcock. Une esthétique de l'émergence. *Cinémas*, 23(2-3), 69–95. <https://doi.org/10.7202/1015185ar>

Résumé de l'article

Alfred Hitchcock ne se contente pas d'apparaître au début et à la fin de chaque épisode de ses séries télévisées *Alfred Hitchcock Presents* (1955-1962) et *The Alfred Hitchcock Hour* (1962-1965). Il se met en scène, incarne un quasi-personnage (qui n'est ni Hitchcock producteur ni Hitchcock réalisateur), joue un rôle. Et en même temps, il tient un discours. Celui-ci n'a le plus souvent que peu de rapport avec la fiction qu'il est censé présenter. Hitchcock nous parle d'autre chose, principalement (et avec une constance remarquable) de télévision : de la télévision comme institution et comme dispositif. Pour lui, le dispositif télévisuel, comme celui du cinéma, est un dispositif ludique ; mais les règles du jeu diffèrent. En télévision, la présentation est essentielle. Dans cet article centré sur la notion de *présentation*, l'auteur se demande d'abord à quoi joue Hitchcock présentateur. Puis, en quels termes nouveaux se pose, pour le cinéaste, le délicat problème de la « direction de spectateurs » : qu'advient-il de cette ambition de contrôle, considérée par lui comme constitutive de son art, lorsqu'on n'a plus affaire, comme au cinéma, à un public captif ? Par l'établissement d'une définition de l'« esthétique de l'émergence », l'auteur propose des éléments de réponse permettant d'éclairer la stratégie hitchcockienne.

# La télévision selon Alfred Hitchcock. Une esthétique de l'émergence

Gilles Delavaud

## RÉSUMÉ

Alfred Hitchcock ne se contente pas d'apparaître au début et à la fin de chaque épisode de ses séries télévisées *Alfred Hitchcock Presents* (1955-1962) et *The Alfred Hitchcock Hour* (1962-1965). Il se met en scène, incarne un quasi-personnage (qui n'est ni Hitchcock producteur ni Hitchcock réalisateur), joue un rôle. Et en même temps, il tient un discours. Celui-ci n'a le plus souvent que peu de rapport avec la fiction qu'il est censé présenter. Hitchcock nous parle d'autre chose, principalement (et avec une constance remarquable) de télévision : de la télévision comme institution et comme dispositif. Pour lui, le dispositif télévisuel, comme celui du cinéma, est un dispositif ludique ; mais les règles du jeu diffèrent. En télévision, la présentation est essentielle. Dans cet article centré sur la notion de *présentation*, l'auteur se demande d'abord à quoi joue Hitchcock présentateur. Puis, en quels termes nouveaux se pose, pour le cinéaste, le délicat problème de la « direction de spectateurs » : qu'advient-il de cette ambition de contrôle, considérée par lui comme constitutive de son art, lorsqu'on n'a plus affaire, comme au cinéma, à un public captif ? Par l'établissement d'une définition de l'« esthétique de l'émergence », l'auteur propose des éléments de réponse permettant d'éclairer la stratégie hitchcockienne.

## L'œuvre télévisuelle

Alfred Hitchcock aborde la télévision à un moment où, aux États-Unis, l'industrie de la télévision comme celle du cinéma opèrent chacune une mutation décisive. D'un côté, l'âge d'or des grandes anthologies dramatiques s'achève : les émissions de fiction diffusées en direct depuis New York (*Studio One*, *Kraft Television Theatre*, *Philco Television Playhouse*...) vont progressivement être remplacées par des émissions filmées<sup>1</sup>. De l'autre,

après avoir échoué dans les années 1940 à s'emparer du nouveau média, puis abandonné les expériences de télévision en salle et de télévision payante<sup>2</sup>, l'industrie hollywoodienne fait au milieu des années 1950 un retour en force : tous les grands studios se lancent dans la production télévisée (ils fourniront la plupart des émissions de soirée avant la fin de la décennie). Ce contexte, qui voit le rapprochement longtemps différé des deux médias, ne saurait néanmoins suffire à expliquer que le cinéaste alors le plus connu au monde, et qui va bientôt réaliser certains de ses films les plus ambitieux, ait soudain décidé de se lancer dans la télévision. En réalité, l'intérêt d'Alfred Hitchcock pour le nouveau média n'est pas récent. En 1950, alors qu'il rentre de Londres où il vient de tourner *Stage Fright* (*Le grand alibi*), un présentateur de télévision l'accueille sur le pont du *Queen Mary*, dans le port de New York, et lui demande s'il n'aimerait pas travailler pour la télévision et y apporter toute son expérience. Hitchcock répond :

Eh bien, vous savez, je me suis déjà essayé à la télévision, mais dans un film [...]. J'ai fait un film intitulé *Rope*, vous savez, qui a été tourné tout au long avec une seule caméra, sans le moindre montage. Et c'était, en un sens, une sorte d'anticipation de la technique télévisuelle<sup>3</sup>.

Cependant, lorsqu'on lui propose en 1955 de produire sa propre émission, ce n'est pas l'aspect technique qui retient son intérêt, mais l'opportunité de renouer avec un projet ancien initialement conçu pour la radio. En 1940, il avait en effet envisagé de produire et de présenter une série dramatique basée sur l'adaptation d'histoires courtes et de nouvelles, qu'il voulait intituler *Suspense*, mais à laquelle il avait dû renoncer ; CBS reprit le projet en 1942, conserva le titre et en fit un succès radiophonique qui se prolongea, à partir de 1949, à la télévision. En 1955, c'était désormais à la télévision que Hitchcock allait pouvoir satisfaire son goût profond pour les courtes fictions, principalement pour les « histoires de suspense et de mystère » telles celles que, dans les années 1940 et à son initiative, il avait réunies en volumes et éditées sous son nom pour Dell Publishing<sup>4</sup>.

La série *Alfred Hitchcock Presents*, diffusée de 1955 à 1962, d'abord sur CBS puis sur NBC, est une anthologie, chaque épisode d'une demi-heure correspondant à une histoire complète. Son format reprend celui de la série *Suspense* : une construction en deux actes séparés par une coupure publicitaire, avec une introduction et une conclusion également accompagnées de publicités. À l'intérieur de ce format conventionnel, la nouveauté n'est pas le fait que chaque épisode soit présenté par Hitchcock lui-même<sup>5</sup>, mais l'importance que ce dernier accorde aux séquences de présentation (introduction et conclusion), lesquelles constituent un élément essentiel pour caractériser son œuvre télévisuelle et en mesurer la portée<sup>6</sup>.

Par « œuvre télévisuelle », il convient en effet d'entendre non seulement, comme on le fait habituellement, les vingt téléfilms réalisés par le cinéaste<sup>7</sup>, mais l'ensemble constitué par les deux séries qu'avec le concours de Joan Harrison et de Norman Lloyd il a produites de 1955 à 1965, dont il a assuré la présentation, et qui portent clairement sa marque : soit les sept saisons d'*Alfred Hitchcock Presents* (1955-1962 — 268 épisodes d'une demi-heure) et les trois saisons de *The Alfred Hitchcock Hour* (1962-1965 — 93 épisodes d'une heure). Hitchcock supervisait le choix des scripts et visionnait les téléfilms après montage, tandis que ses producteurs associés, qui le connaissaient de longue date<sup>8</sup>, mettaient leur point d'honneur (et leur savoir-faire) à concevoir des films qui lui ressemblaient :

Le programme, écrit Norman Lloyd, devait lui ressembler. C'est quelque chose que nous sentions. Personne ne l'a exprimé ainsi, mais cela allait de soi pour Hitchcock quand il nous a engagés Joan Harrison et moi. Nous comprenions son style narratif si bien que nous l'avons retrouvé facilement (Lloyd 1993, p. 171-172).

Nous faisons toujours [ces émissions], dit encore Norman Lloyd, d'un point de vue hitchcockien. Notre réaction était toujours : « C'est ainsi que Hitch verrait les choses », ou : « C'est comme cela qu'il ferait » [...] Le *point de vue* de l'émission était entièrement le sien [...] (Weaver 2001, p. 163) <sup>9</sup>.

De ces premières observations découlent deux hypothèses qui guident notre réflexion : 1) l'ensemble des épisodes des deux

séries produites par Hitchcock et présentées par lui forment un tout ; 2) dans chaque épisode de chaque série, la fiction et la présentation de cette fiction doivent également être considérées comme un tout.

### « Je suis Alfred Hitchcock »

En ouverture du premier épisode de la première série (*Revenge*, 1/1), Hitchcock s'adresse aux téléspectateurs en ces termes : « Bonsoir. Je suis Alfred Hitchcock, et ce soir je vous présente la première d'une série d'histoires de suspense et de mystère intitulée — assez curieusement — *Alfred Hitchcock présente*<sup>10</sup>. » Puis il explique qu'il « ne [jouera] pas dans ces histoires », qu'il apparaîtra seulement au début, pour « donner le titre » de l'épisode à l'intention des téléspectateurs qui ne sauraient pas lire, et à la fin, pour expliquer le dénouement à ceux qui ne l'auraient pas compris.

En voyant Hitchcock nous dire « Je suis Alfred Hitchcock », nous nous posons plusieurs questions : à qui exactement avons-nous affaire ? Qui est-il ? D'où parle-t-il ? Et à quel titre ?

Tout au long de la série, il ne se présente ni comme producteur ni comme réalisateur. Son discours laisse penser qu'il n'est que le représentant de la production : il vient à nous non en tant que responsable — ou l'un des responsables — de la série, mais à titre de simple porte-parole. Parlant au nom de la production, il emploie le « nous » ; il dit : « notre émission », « notre histoire », « notre *sponsor* » ; ou encore : « Soyez au rendez-vous la semaine prochaine, pour voir quelles petites surprises nous avons imaginées pour vous » (*The Long Shot*, 9/1). Le reste du temps, il emploie le « je », par exemple : « Connaissant le producteur, j'ai déjà vu l'histoire de ce soir plusieurs fois » (*One for the Road*, 62/2).

Bien qu'il ait réalisé dix-sept épisodes, il ne se présente pas non plus comme un cinéaste faisant de la télévision ni comme un réalisateur de télévision — l'un des réalisateurs de la série. Ou bien, s'il apparaît exceptionnellement en réalisateur, c'est pour incarner un réalisateur fictif.

Si donc Hitchcock n'est pas à proprement parler un acteur, comme il nous en prévient dans le premier épisode, cependant il

joue un rôle : son propre rôle de personnage public, tel qu'il l'a façonné de longue date et tel qu'il le donne à voir aussi bien à l'écran que dans la vie réelle où, comme le rapporte un témoin cité par sa biographe Charlotte Chandler (2005, p. 207), « il prenait un malin plaisir à être Alfred Hitchcock ». Selon cette dernière, il avait été particulièrement séduit par l'idée de présenter lui-même sa série. Il avait « une âme d'acteur », lui avait-il confié, mais il connaissait ses limites : « Je ne peux jouer que moi-même <sup>11</sup> » (p. 232).

C'est sur la base de ce personnage public — en s'appuyant sur son physique, sa diction caractéristique, son accent, son humour et, par-dessus tout, sa constante ironie — que Hitchcock allait construire, avec le concours décisif de James Allardice, l'auteur de ses textes, son personnage de présentateur de télévision <sup>12</sup>.

Tel qu'il se met en scène, Hitchcock est immédiatement perçu par les téléspectateurs comme un véritable personnage récurrent dont on attend chaque semaine une nouvelle aventure et de nouvelles facéties. D'ailleurs, lui-même conclut l'un des épisodes (*Kill with Kindness*, 43/2) en annonçant tout naturellement : « Je reviendrai la semaine prochaine [...] pour vous raconter la suite des aventures d'Alfred Hitchcock. » Pas les aventures de Hitchcock cinéaste, ni les aventures de Hitchcock producteur et réalisateur de télévision, mais celles de Hitchcock présentateur.

### **Hitchcock présentateur**

À quoi sert la présentation ? Il s'agit d'installer un climat, de créer une ambiance ; mais surtout — c'est la première tâche du présentateur, absolument impérative — de retenir l'attention du téléspectateur. Pour ce faire, Hitchcock va à l'encontre de tous les usages. Contrairement, par exemple, à Robert Montgomery, présentateur de *Robert Montgomery Presents* (NBC, 1950-1957), ou à Ronald Reagan, présentateur du *General Electric Theater* (CBS, 1953-1962), il ne se contente pas de jouer de son charme en vantant, semaine après semaine et avec les mêmes superlatifs, les qualités de l'émission et le talent de ses interprètes. Il a recours à une multitude d'arguments. Pour le premier épisode, il promet simplement « une petite histoire vraiment délicieuse : elle s'intitule *Vengeance* ». Dans le prologue du deuxième épisode

(*Premonition*, 2/1), il nous met au défi de deviner, en cours d'émission, le fin mot de l'histoire. Dans celui du dixième épisode, qu'il a lui-même réalisé (*The Case of Mr. Pelham*, 10/1), il promet des émotions fortes : « Je viens d'apercevoir en avant-première un court extrait de l'histoire de ce soir et je l'ai trouvée tout simplement effrayante. » Au début du treizième épisode (*The Cheney Vase*, 13/1), il indique que l'action se déroule dans un musée, mais refuse d'en dire plus et nous laisse dans l'expectative : « C'est tout ce que j'ai l'intention de vous dire. Il vous faudra découvrir le reste vous-même. » Il nous présente le trente-septième épisode en espérant que son titre, *Decoy* (« leurre »), va exciter notre curiosité. Puis il nous demande d'être « particulièrement attentifs aux trois dames dénudées qu'on voit danser dans la dernière scène ». À la fin de l'épisode, l'air faussement embarrassé, il explique qu'il a fallu couper la scène au dernier moment pour ne pas dépasser la durée prévue : « Elle n'avait rien à voir avec l'histoire, mais nous nous sommes bien amusés à la tourner. »

La seconde fonction de la présentation est bien sûr d'introduire la fiction. De ce point de vue, la caractéristique principale des prologues, c'est qu'ils n'ont généralement qu'un rapport indirect avec le téléfilm qui suit. Pour présenter *The Young One* (87/3), Hitchcock se tient debout derrière une table sur laquelle sont disposés différents objets : « J'ai pensé, dit-il, que vous pourriez être intéressés par cet assortiment de cadeaux que j'ai collectionnés. » Il nous les présente un à un — un revolver, un bocal de champignons vénéneux, une hache, un pot à crème (en porcelaine de Chine) explosif —, et nous vante leur utilité et leurs mérites respectifs. Puis il conclut : « Je ne vous dirai pas si l'une ou l'autre de ces armes va servir dans l'histoire de ce soir. Regardez et vous verrez bien. » Dans l'épisode en question il y a bien un meurtre, mais qui n'est ni montré (il fait l'objet d'une ellipse), ni causé par aucun des objets qu'il avait pris la peine de nous présenter. Le rapport entre la scène du prologue et l'histoire est souvent très ténu, ou délibérément artificiel, même s'il reste motivé. Par exemple, il suffit que l'action de *Flight to the East* (103/3) se déroule au cours d'un vol entre Nairobi et Le Caire pour que Hitchcock nous livre sa présentation... assis sur un

tapis volant. Pourquoi, pour présenter *The End of Indian Summer* (61/2), le voyons-nous coiffé d'un chapeau en train de pêcher à la ligne... dans une baignoire? Lui-même s'en explique :

Ce n'est pas aussi ridiculement hors de propos que vous pensez. Car si vous écoutez très attentivement, vous entendrez les mots *bath tub* qui figurent dans le scénario de ce soir. Bien entendu, d'autres sujets sont évoqués dont nous aurions pu discuter. Par exemple, l'histoire traite du mariage. Cependant, je ne pense pas qu'on devrait discuter de mariage à la télévision. C'est un sujet trop controversé, c'est évident. Nous sommes beaucoup plus tranquilles avec une baignoire.

Ce discours d'esquive a le double avantage de souligner la relative autonomie de la présentation, de recentrer l'attention sur la performance du présentateur, tout en invitant le téléspectateur complice à adopter, pendant la diffusion du téléfilm, ce regard distancié et ironique que l'épilogue viendra encore accentuer.

Car le rôle de Hitchcock présentateur ne se limite pas à introduire les histoires. À la fin de chacune, il lui faut encore conclure. S'agit-il seulement, comme il le prétend, d'apporter des éclaircissements à ceux qui n'auraient pas compris le dénouement? En réalité, son intervention finale a, selon les cas, plusieurs fonctions distinctes.

Son propos vise d'abord, non pas tant à éclairer le dénouement qu'à le commenter, à l'interpréter, à en expliciter la portée. Par exemple, Hitchcock revient à la fin pour nous dire que si certains « sous-entendus freudiens » nous ont échappé, il va nous les expliquer (*The Legacy*, 35/1). Ou bien, il fait semblant de croire à la dimension symbolique de l'histoire. Par exemple : « L'histoire de ce soir était une allégorie. Je propose cette note en bas de page pour tout clarifier : Walter représentait l'innocence de la jeunesse, Mrs. Gild était l'amour non partagé, et naturellement Mr. Gild symbolisait le mari de Mrs. Gild » (*Disappearing Trick*, 105/3). Ou bien encore, il énumère une longue série d'idées abstraites que l'histoire était censée illustrer (*Guest for Breakfast*, 99/3).

À la fin de *Bull in a China Shop* (« Un éléphant dans un magasin de porcelaine », 104/3), il conclut : « J'espère que vous n'êtes pas trop déçus qu'il n'y ait eu, dans notre histoire, ni éléphant ni magasin de porcelaine. Quant au dénouement, Miss



Bessie tomba finalement amoureuse d'un pompier. Un amour qui acheva de la consumer.» C'est là une deuxième fonction de l'épilogue : compléter une histoire prétendument inachevée. Autre exemple : « Ainsi se termine l'épisode de ce soir. Malheureusement, l'histoire ne s'arrête pas là » (*Fog Closing In*, 41/2) ; ou bien : « Au cas où cela vous intéresserait, voici ce qui est arrivé ensuite » (*The Cream of the Jest*, 63/2) ; ou encore : « Ceux d'entre vous qui aiment que les méchants soient punis seront enchantés d'apprendre que c'est exactement ce qui arrive dans la bobine suivante... » (*The Matched Pearl*, 258/7).

Pourquoi y a-t-il lieu de « compléter » l'histoire ? De faire comme si elle n'était pas terminée ? La raison en est institutionnelle : il s'agit de satisfaire aux exigences du *Television Code* (National Association of Broadcasters 1959), qui définit ce qui est autorisé ou interdit en matière de religion, de sexe, de violence... ou de durée des coupures publicitaires dans une même émission <sup>13</sup>.

Un épisode de la première saison (*Salvage*, 6/1) raconte l'histoire d'une femme terrifiée à l'idée que l'homme dont elle a trahi la confiance, et qui vient de passer cinq ans en prison par sa faute, est maintenant libre. Mais quand cet homme la retrouve, il semble avoir abandonné toute idée de vengeance. Elle oublie ses appréhensions, ils font des affaires ensemble et elle tombe amoureuse de lui. Lorsque, dans la dernière scène, il lui demande si elle est heureuse, elle lui avoue, rayonnante, qu'elle est la femme la plus heureuse du monde. Il lui répond qu'il attendait ce moment, puis sort son revolver et l'abat de sang-froid. Fin de l'histoire. Hitchcock conclut, comme à regret : « Comme vous le savez, c'est mon pénible devoir de vous raconter ce qui arrive aux personnages de nos histoires après la tombée du rideau. » Et il explique que si la femme est morte de ses blessures, tous les autres personnages vécurent ensuite heureux — à l'exception du meurtrier, qui fut condamné à la peine capitale et exécuté.

« À cette époque, rappelle Norman Lloyd, il fallait qu'il y ait un châtiment. Dans un programme, s'il y avait un meurtre ou si quelqu'un commettait un vol ou faisait quelque chose d'illégal, vous deviez avoir un châtiment d'une manière ou d'une autre » (Grams et Wikstrom 2001, p. 222) <sup>14</sup>. La grande idée de la série

a été de s'en remettre au présentateur pour relever ce défi. Si une histoire se termine sans que le criminel ne soit inquiété, il revient à Hitchcock d'y suppléer en indiquant que, quelque temps plus tard, la justice a finalement eu le dernier mot. L'épilogue du premier épisode, *Revenge*, répond habilement à cette contrainte. Le téléfilm s'arrête à l'instant même où le protagoniste réalise qu'il vient de se venger sur un innocent. Hitchcock réapparaît et conclut : « Naturellement, le mari d'Elsa a été arrêté, inculpé, jugé, condamné, et il a payé sa dette envers la société pour avoir voulu se faire justice lui-même. » Cette seule phrase suffit : le crime est puni, la justice triomphe, l'ordre est restauré, et la morale est sauvée<sup>15</sup>.

Pour Hitchcock, le véritable défi de sa conclusion — de son *post-scriptum*, comme il le dit — consiste à moraliser l'histoire tout en se moquant de la morale. Et pour faire bonne mesure, il tire de ces histoires une leçon, un précepte de conduite, une maxime qui n'est souvent rien d'autre que le plus plat des lieux communs : « Le crime ne paie pas, la vertu est récompensée... » « Il ne faut pas se fier aux apparences » « Derrière chaque grand homme, il y a une femme » ; ou qui en appelle à la sagesse antique : « L'art est long, la vie est courte » (Sénèque), « Comme aurait dit Ésope, si vous faites partie d'un triangle, le plus sage est de rester dans votre coin ». Dans tous les cas, ces propos conclusifs viennent confirmer la place assignée au téléspectateur : suffisamment proche de ces gens ordinaires que la fiction donne à observer, mais néanmoins à distance, en retrait, comme au bord du monde représenté.

Dans l'introduction du premier épisode, nous l'avons dit, Hitchcock feint de s'étonner que l'émission qu'il présente s'intitule... *Alfred Hitchcock présente*. Ce titre redondant ne saurait pourtant être plus exact. Contrairement à ce qui se produit dans les autres émissions d'anthologie, Hitchcock présentateur ne s'efface pas devant la fiction qu'il est supposé introduire ; dans une certaine mesure, il renverse le rapport du présentateur à l'émission. La fiction paraît subordonnée à la présentation autant que l'inverse ; et cela d'autant plus qu'à la fin du prologue on quitte souvent Hitchcock en pleine action, parfois dans une situation critique ; et quand on le retrouve pour l'épilogue, la

situation s'est dénouée, il s'est tiré d'affaire. Tout se passe comme si la fiction était enchâssée dans le spectacle « vivant » du présentateur accomplissant sa performance, et comme si la série était délibérément conçue pour être un véhicule pour le cinéaste-*star*.

### **La présentation comme attraction**

Au cinéma, Hitchcock avait habitué son public, d'une part, à guetter ses apparitions rituelles, d'autre part, à attendre ces grands moments de suspense ou de virtuosité technique qui sont la marque de son style et de sa maîtrise. Dans la série télévisée, les fictions ne sont certes pas dépourvues de suspense, mais elles ne comportent pas de séquences véritablement spectaculaires : le spectacle s'est déplacé de la fiction à la présentation. Ce sont les « apparitions » de Hitchcock — qui sont bien plus que des apparitions — qui constituent les vrais moments d'attraction. Dans ses introductions, Hitchcock ne promet pas de spectacle (ou alors il s'agit d'une fausse promesse) : *le spectacle, c'est lui*. Ce que signifie clairement l'ouverture de l'émission où l'on voit chaque semaine la figure du Maître — maître du suspense et maître de cérémonie — de nouveau, littéralement, s'incarner. Accompagnée par la *Marche funèbre pour une marionnette* de Charles Gounod, son entrée en scène, théâtralisée et infiniment répétée, s'effectue en trois temps : d'abord la signature-image de marque du cinéaste sous la forme de son autoportrait dessiné de profil ; puis, également de profil, venant progressivement recouvrir le dessin, la silhouette de son ombre portée, comme projetée sur un écran ; enfin, après un bref mouvement de décadage (où la télévision, comme par magie, se substitue au cinéma), la présence vivante de l'auteur, en chair et en os, qui nous fait face, nous regarde et nous parle.

C'est à partir de ce regard frontal que s'organise la présentation. Celle-ci, en général, ne dure guère plus d'une minute et ne comporte le plus souvent que deux plans séparés par une publicité. La mise en scène, minimale mais très efficace, vise essentiellement à renforcer l'effet d'adresse au spectateur en soulignant l'axe du regard : soit par élargissement ou resserrement du cadre (zoom ou travelling, plus rarement raccord dans l'axe, du plan

américain au plan rapproché ou inversement), soit, si le cadre reste fixe, en s'en remettant au jeu de Hitchcock qui, de temps à autre, aime à se pencher vers nous, comme pour nous parler en confiance ou pour appuyer ses propos.

Dans les deux premiers épisodes, Hitchcock présentateur apparaît tel qu'en lui-même, c'est-à-dire conforme à son image publique : cadré à la taille, en légère contre-plongée, sur un fond neutre et dans un espace abstrait sans décor ni accessoires. Mais dès le troisième épisode (*Triggers in Leash*, 3/1), nous le découvrons occupé à manipuler un revolver : il met une balle dans le barillet, le fait tourner plusieurs fois, porte l'arme à hauteur de son visage et appuie sur la détente, sans résultat ; il recommence l'opération une seconde fois, nouvel échec ; il lève les yeux vers nous, se plaignant de ne jamais gagner à la roulette russe, puis annonce le titre de la fiction du jour. Au cinquième épisode (*Into Thin Air*, 5/1), il a abandonné l'attitude cérémonieuse qu'exige sa fonction et reste nonchalamment assis sur son bureau pour nous parler. Au sixième épisode (*Salvage*, 6/1), on le surprend exceptionnellement installé dans un fauteuil de réalisateur à son nom et nous tournant le dos : il est en train d'apostropher avec véhémence son chef opérateur auquel il reproche de ne pas savoir éclairer la scène en cours. Lorsqu'il se rend compte que nous sommes témoins de cette violente altercation, pris au dépourvu, il se tourne vers nous, confus et souriant, et change de ton : « Oh, je vous demande pardon... Bonsoir ! Nous voulions vous emmener voir l'envers du décor, pour vous montrer comment nous faisons nos films. La collaboration amicale de beaucoup, beaucoup de personnes est nécessaire pour vous apporter ces histoires... » Cet épisode inaugure un procédé qui va devenir récurrent et contribuer à renforcer le sentiment d'autonomie de la présentation : au moment où nous découvrons Hitchcock, il est en pleine action, campant un personnage entièrement absorbé dans sa tâche ; puis, faussement surpris ou feignant de nous avoir oubliés, il reprend aussitôt son rôle de présentateur.

Au fil des épisodes et des saisons, on le retrouvera dans les situations les plus diverses, jouant avec son image publique de mille façons, tantôt pour la conforter, le plus souvent pour la mettre à mal. Au cours de la seule première saison, on le

découvre en gastronome goûteur de vin, ou avec redingote et chapeau haut de forme, transportant son déjeuner dans une boîte à sandwich. Mais on le voit aussi dans des rôles moins attendus : en chemise et bretelles, un bandeau sur l'œil, jouant au billard ; ligoté sur une voie ferrée tandis que la neige tombe à gros flocons ; armé d'une seringue, s'appêtant à piquer une poupée vaudou ; jouant à une machine à sous ; en tablier, truelle à la main, en train de murer sa cheminée la veille de Noël, etc.

Autant dire que pour le téléspectateur fidèle, chaque nouvel épisode de la série est la *promesse d'une vision*. Cette vision se fonde sur le contraste et l'effet de surprise qui en résulte, entre l'image publique du cinéaste et un élément perturbateur qui vient contredire cette image convenue. Par exemple, Hitchcock se présente devant nous en costume sombre et cravate, affichant son habituel sérieux, mais il est muni d'un accessoire insolite (une hache, un étui à violon contenant une mitrailleuse) ou occupé à une tâche inattendue (en manches de chemise, recousant un bouton de sa veste), ou bien il évolue dans un décor où il semble complètement déplacé (avec son panier à la caisse d'un supermarché), ou encore dans une situation peu compatible avec la dignité de sa personne (en robe de chambre devant un miroir, sur le point de prendre son bain).

L'effet de surprise tient parfois au simple fait que Hitchcock s'est visiblement déguisé pour jouer un rôle : en tenue de jockey, montant sur une balance pour se peser ; en pantalon de golf ; avec un chapeau de cow-boy, mâchonnant un brin d'herbe sur fond de cactus en plein désert ; avec un casque colonial, précédé des trois porteuses qui l'accompagnent pour un safari ; portant casquette et blouson, interrogé par la police avec d'autres délinquants ; en tablier de boucher, un long couteau à la main, découpant de la viande, etc. Toutes ces apparitions, aussi excentriques soient-elles, ont à la fois pour effet de déconstruire l'image du cinéaste et de la complexifier — et par là même de la consolider.

Au début de leur collaboration, pour faire comprendre à Allardice le genre d'humour qu'il affectionnait et le ton qu'il souhaitait pour ses présentations, Hitchcock lui avait donné deux indications : il lui avait projeté son dernier film, *The Trouble with Harry* (*Mais qui a tué Harry ?*, 1955), alors en cours

d'achèvement ; puis il lui avait précisé que « dans chaque épisode, il aimerait avoir à dire au moins une chose qui soit choquante<sup>16</sup> » (Humphrey 1960, p. 18). L'entente entre les deux hommes fut immédiate et totale. Allardice, qui considérait avec raison Hitchcock comme un comique (« a comic like Hitch » [Humphrey 1960, p. 18]), le combla au-delà de ses attentes. Non seulement le cinéaste prenait un évident plaisir à proférer — tout en y mettant les formes — des propos provocateurs, mais au grand étonnement de ses producteurs associés, Joan Harrison et Norman Lloyd, il ne recula jamais devant les situations les plus extravagantes qu'Allardice lui soumettait<sup>17</sup>.

Les situations dans lesquelles Hitchcock nous apparaît et les identités successives qu'il se donne pourraient suffire au spectacle. Mais Hitchcock présentateur ne se contente pas d'apparaître et de dire : il lui arrive aussi d'agir. Dans ce cas, son « numéro » introductif ne se veut pas seulement inattendu, incongru ou déplacé, parfois il vise délibérément à provoquer un choc. Au début de *Safety for the Witness* (124/4), le choc est particulièrement violent et saisit le téléspectateur par surprise. Hitchcock est debout, de profil, dos à dos avec un homme ; tous deux, en chemise blanche, ont un pistolet à la main. Au second plan, en manteau noir et chapeau haut de forme, les témoins du duel qui s'engage. Au signal donné, à peine les deux hommes commencent-ils à s'éloigner lentement l'un de l'autre que Hitchcock se retourne et tire dans le dos de son adversaire qui s'écroule. Les témoins se précipitent vers ce dernier, tandis que Hitchcock vient tranquillement vers nous : « Comme disait ma mère, mieux vaut prévenir que guérir<sup>18</sup>... » D'autres épisodes empruntent plus directement à la tradition du vaudeville — quand ce n'est pas à celle du Grand-Guignol — et mettent en scène un Hitchcock magicien (plantant des épées dans un panier en osier où est enfermé un enfant), un Hitchcock chirurgien (ordonnant à ses assistants de scier en deux une malle dans laquelle une femme est allongée), un Hitchcock historien érudit (décrivant avec force détails l'usage d'un chevalet de torture médiéval)... Dans le prologue de *Heart of Gold* (82/3), Hitchcock est au travail dans un atelier de menuiserie conçu, nous dit-il, pour fournir une occupation, dans un but thérapeutique, à des

prisonniers ayant des tendances meurtrières. Il propose de nous montrer le fonctionnement d'une grande scie circulaire et met en route le moteur. De trois quarts dos, le poing sur la hanche, immobile, il observe placidement la scie qui commence à scier dans le sens de la longueur un tronc d'arbre... auquel est solidement attachée une jeune femme qui se débat en vain.

De telles scènes de genre, nous en avons déjà vu au cinéma. Mais leur effet est tout autre lorsqu'elles surviennent, non à l'intérieur d'une fiction, mais dans le cadre de la relation plus immédiate et plus directe que le téléspectateur entretient à la fois avec le présentateur de l'émission et avec son petit écran. On peut dire de ces scènes spectaculaires ce que Jack Gould disait de certains procédés cinématographiques repris par la télévision naissante : même si le choc produit n'a rien d'inédit, c'est cependant « une expérience nouvelle quand cela arrive dans le calme de sa propre maison » (2002a, p. 40, je traduis).

### **Une esthétique de l'émergence**

Au cinéma, Hitchcock attire le public sur son propre terrain et lui donne ce qu'il attend : le plaisir de se sentir pris en main, manipulé, dirigé. Pour *Psycho* (1960), il ira jusqu'à accueillir les spectateurs à l'entrée de la salle, par annonce sonore interposée, et à en interdire l'accès aux retardataires. À la télévision, au contraire, il vient à la rencontre des spectateurs sur *leur* terrain. Il sait, comme disait Gilbert Seldes (1952, p. 19), que toute émission de télévision est une intrusion. Et il est bien conscient, comme le stipule le *Television Code* dans son premier paragraphe, que « la relation de la télévision aux téléspectateurs est celle de l'invité à ses hôtes » (National Association of Broadcasters 1959, p. 1, je traduis). Hitchcock présentateur entre donc chez le téléspectateur sur la pointe des pieds : « Merci, dit-il, de me permettre d'entrer dans votre salon » (*The Legacy*, 35/1) ; « La semaine prochaine, je prévois vous rendre de nouveau visite. Si vous devez vous absenter, laissez s'il vous plaît votre téléviseur allumé pour que je puisse entrer » (*Party Line*, 186/5).

C'est en effet au domicile du spectateur que la rencontre a lieu. Et c'est bien ainsi que les observateurs de l'époque le comprennent. En allumant la télévision, écrivait André Bazin (1953,

p. 35), « le téléspectateur ne fait pas autre chose que d'inviter » les personnalités qui apparaissent sur l'écran « à dîner » ou « à prendre le café » comme on le ferait avec des amis. Constatation dont Gould, dans une de ses premières critiques pour le *New York Times*, en 1948, prenait l'exacte mesure lorsqu'il remarquait que la télévision était la première forme artistique où l'artiste (auteur ou metteur en scène) et le public se situent « dans un rapport de face à face, avec pour unique séparation la largeur du salon du téléspectateur » (2002, p. 37, je traduis). La série *Alfred Hitchcock Presents* se fonde sur ce constat et en tire toutes les conséquences.

Hitchcock ne se contente pas, comme font les autres présentateurs, de simuler une communication directe, immédiate, transparente. Il joue constamment sur deux tableaux. D'un côté, il ne fait pas mystère du fait, comme il le dit en conclusion du quatrième épisode, que « toute l'émission est sur film » (*Don't Come Back Alive*, 4/1). Il précise même, dans un autre épisode : « Je suis aussi réel qu'une image de film, aussi authentique qu'une ombre » (*And the Desert Shall Blossom*, 128/4). Mais d'un autre côté, étant à la télévision, il assume pleinement le mythe du direct et fait comme si tout n'était que direct, non seulement la présentation, mais aussi la fiction. Ainsi, à la fin de son introduction du premier épisode, après avoir dit quelques mots de l'histoire qui va suivre, il jette un coup d'œil en direction des « coulisses » : « Ah ! Je vois que les acteurs ne seront prêts que dans une minute... », et il en profite pour annoncer la première publicité. Ou bien, en conclusion d'un épisode où l'on a assisté à un meurtre, il vient nous expliquer :

Dans le programme de ce soir, le meurtre était, comme d'habitude, complètement improvisé. En fait, nous n'avions pas prévu que quelqu'un serait tué. Notre histoire devait traiter d'un homme coupable d'avoir garé sa voiture devant une bouche d'incendie. Mais les acteurs semblent avoir échappé à tout contrôle.

Pendant qu'il parle, on entend des coups de feu. Il jette un coup d'œil de côté : « Les voilà qui recommencent ! » (*Place of Shadows*, 22/1).

Autrement dit, la métaphore de la « conversation » avec le téléspectateur, du face à face « les yeux dans les yeux » — qui faisait dire à Bazin (1955, p. 35) que lorsqu'une personne nous regarde



et nous parle face à face, « elle est parmi nous » —, Hitchcock-présentateur l'entend littéralement. Tout se passe comme si l'émission entière se déroulait au présent ; comme si présentateur et téléspectateur étaient réellement en présence l'un de l'autre, ou pour être plus précis : *dans le contrechamp l'un de l'autre*.

Considérées sous cet aspect, les séquences de présentation relèvent de ce qu'on peut appeler une « esthétique de l'émergence ». J'emprunte cette expression à William Paul (1993, p. 321-355) qui l'utilise, dans un tout autre contexte (qui n'est pourtant pas sans rapport avec celui-ci) pour cerner la spécificité des films en 3D apparus dans les années 1952-1955, par opposition à d'autres films, relevant d'une esthétique de l'immersion ou de la « fusion », qui, au même moment, misaient sur d'autres innovations technologiques (écrans larges, son stéréophonique) pour créer l'illusion d'une troisième dimension et « tenter de faire de l'espace de la salle une extension de l'espace de l'écran <sup>19</sup> ».

Hitchcock se présente sur un plateau nu, sans décor, pourvu seulement de quelques accessoires. Il s'adresse à nous depuis une sorte de *no man's land* sans profondeur mais ouvert du côté du téléspectateur et se creusant virtuellement dans sa direction, de sorte que l'espace de la présentation en vient parfois à *empiéter* sur l'espace de la réception. Au début de *Fog Closing In* (41/2), Hitchcock apparaît dans la partie gauche de l'écran, bizarrement décadré et en partie masqué par la tête d'une femme assise de dos au premier plan et dont l'imposante coiffure obstrue la moitié droite du cadre. Il nous adresse son rituel « Bonsoir ! » puis, visiblement irrité, s'interrompt, fixe la dame de dos : « Madame, il y a des téléspectateurs qui ne peuvent pas voir. Est-ce que cela vous dérangerait... » Aussitôt, la femme interpellée, de ses deux mains, retire sa tête, supposée gêner les personnes placées derrière elle. Puis un léger recadrage replace le présentateur stupéfait au centre de l'écran.

Dans ce plan d'ouverture, le regard de Hitchcock présentateur va et vient librement — s'adressant tour à tour à l'ensemble des téléspectateurs, à la (télé)spectatrice encombrante du « premier rang », puis de nouveau aux téléspectateurs — *sans rencontrer d'obstacle*. Dans l'épisode suivant, intitulé *De Mortuis* (42/2), Hitchcock apparaît en toge et toque de professeur. Les yeux fixés

sur l'objectif de la caméra, il commence par nous donner la traduction du titre latin puis, portant son regard au-delà de la caméra, il élève la voix : « Si vous ne pouvez pas m'entendre, au fond de la salle, s'il vous plaît, levez la main et réglez le volume sonore. »

Nombreuses sont, tout au long de la série, les interpellations du téléspectateur qui dénie ainsi toute idée de ségrégation des espaces. L'adresse directe ne vise plus seulement à mettre en contact l'espace de la présentation et celui de la réception ; elle construit la fiction de deux espaces coextensifs et indéfectiblement solidaires : bref, constituant, sur le modèle d'autres émissions comiques enregistrées en public (comme le *Jack Benny Show* [CBS, 1950-1965]), un seul et même espace d'interaction.

Puisque la situation de réception se caractérise par le fait que c'est le téléspectateur qui *reçoit*, et que par conséquent la présentation est, au moins dans cette mesure, subordonnée à la réception (« laissez, s'il vous plaît, votre téléviseur allumé pour que je puisse entrer »), comment Hitchcock présentateur peut-il, malgré tout, garder l'initiative et occuper le terrain ?

La stratégie hitchcockienne consiste fondamentalement à tirer parti de *toutes* les ressources que peut offrir l'adresse directe au téléspectateur. Une manière de déjouer la dépendance du présentateur vis-à-vis du téléspectateur est de diversifier l'adresse, ou plus précisément de pratiquer une adresse sélective — comme s'il s'agissait de diviser pour mieux régner et de montrer qu'il ne néglige aucun segment de l'audience. Plutôt que de s'adresser à un public indifférencié, Hitchcock distingue tantôt telle catégorie de téléspectateurs (« Bonsoir mesdames et messieurs, surtout les messieurs... »), tantôt telle autre (« Bonsoir mesdames et messieurs, spécialement les dames... »). Au fil des épisodes, il va ainsi multiplier les adresses ciblées visant plus particulièrement, selon les cas, les enfants, les *baby-sitters*, les amoureux, les étudiants, les passionnés de jardinage, les gourmets, les « nécromaniques », les intoxiqués de télévision, les joueurs de bowling, les membres de la *beat generation*, les adeptes du *happy end*, les critiques de télévision... ou même « ceux qui ne regardent pas la télévision » (*There Was an Old Woman*, 25/1).

Autre manière pour Hitchcock présentateur d'affirmer un relatif contrôle sur la situation de réception : rappeler régulièrement

que l'espace d'interaction qu'instaure l'adresse au téléspectateur par le regard implique la réciprocité visuelle, et que, de ce fait, les téléspectateurs qui regardent le programme sont simultanément *regardés*. Au début d'un épisode de la première saison, *Place of Shadows* (22/1), les premiers mots de Hitchcock sont d'abord sans surprise : « Bonsoir, et merci de me permettre d'entrer dans vos salons ». Puis, tandis qu'il se tient lui-même nonchalamment assis sur son bureau, il prend un air affligé : « Eh bien, je ne suis pas quelqu'un qui se choque facilement, mais je m'attendais vraiment à ce que les gens s'habillent un peu avant de s'asseoir devant leur téléviseur. » Apparemment, poursuit-il, tout le monde ne se rend pas compte que la télévision est désormais interactive.

La télévision comme fenêtre ouverte... sur le téléspectateur. Dans le dernier épisode de cette première saison (*Momentum*, 39/1), Hitchcock enfonce le clou. L'air mystérieux, sans prendre le temps de nous dire « Bonsoir », il demande : « Avez-vous déjà eu l'impression d'être observés ? » Du regard, il nous désigne dans un coin de l'écran, en surplomb, un œil énorme : « Ce n'est pas moi qu'il regarde, c'est vous. Pour voir si vous me regardez<sup>20</sup>. » Dans un autre épisode, à la fin de sa présentation, il lance la première publicité puis l'interrompt aussitôt : « Un instant ! La moitié d'entre vous ne font même pas attention. Notre *sponsor* investit un temps et des dépenses considérables dans la préparation de ces petits prospectus ; le moins que vous puissiez faire est de les regarder. Voilà, c'est mieux. Reprenons depuis le début, s'il vous plaît » (*The Return of the Hero*, 100/3).

Quand un simple rappel à l'ordre ne suffit pas, il sait se faire plus convaincant. Par exemple en utilisant un dispositif ingénieux, dont il se montre très fier, qui envoie une violente décharge électrique aux téléspectateurs « déloyaux » s'avisant de changer de chaîne en cours d'émission (*The Night the World Ended*, 70/2). Ou encore, bien qu'il y répugne, en menaçant de recourir aux rires en boîte pour stimuler la réaction des téléspectateurs si leur « réponse émotionnelle » n'est pas à la hauteur des attentes de la production (*The Cuckoo Clock*, 180/5).

Si menaces et chantage demeurent sans effet, il reste à Hitchcock présentateur une dernière ressource : tenter de nous



**Figure 1 :** « Avez-vous déjà eu l'impression d'être observés ? »  
*Alfred Hitchcock Presents, Momentum* (CBS, 1956) © Universal Studios



**Figure 2 :** *Alfred Hitchcock Presents, Momentum* (CBS, 1956) © Universal Studios



**Figure 3 : « Ce n'est pas moi qu'il regarde, c'est vous. Pour voir si vous me regardez. »**

*Alfred Hitchcock Presents, Momentum* (CBS, 1956) © Universal Studios

apitoyer sur son sort en s'en prenant aux « règles de la télévision » qui favorisent beaucoup trop le téléspectateur (*The Indestructible Mr. Weems*, 76/2) et le privent, lui, de toute maîtrise. D'où cette plainte répétée de ne pas être *du bon côté de l'écran* :

Essayez de vous imaginer la terreur d'être à l'intérieur d'un poste de télévision, sachant qu'à tout moment le téléspectateur peut vous éteindre sans que vous puissiez faire quoi que ce soit pour l'en empêcher (*Breakdown*, 7/1).

Si vous pensez que la télévision est effrayante, vous devriez la considérer de ce côté (*Help Wanted*, 27/1).

Vous me gardez enfermé dans cette boîte toute la semaine, puis vous m'autorisez à sortir pendant seulement une demi-heure, avant de m'enfermer à nouveau. Je n'aime pas ça (*Design for Loving*, 123/4).

Même si je pouvais passer à travers cet écran, je ne pourrais pas m'échapper sans briser votre tube cathodique [...]. Si le sort des

télespectateurs est cruel, celui des artistes l'est encore plus (*Cell* 227, 187/5).

Forcer l'attention, aucun homme de télévision n'y a mieux réussi que celui qu'on appelait, au début des années 1950, « Mr. Television », et qui fut la première grande *star* comique de la télévision américaine : Milton Berle<sup>21</sup>. En 2002, le critique Richard Corliss (cité dans Edgerton 2007, p. 116) écrivait à son propos : « Si cela avait été possible[, il] aurait passé sa tête à travers l'écran de télévision, comme un diable jaillissant de sa boîte, et vous aurait léché le visage. » L'image que l'on garde habituellement de Hitchcock présentateur n'est certainement pas celle d'un diable en boîte (bien que dans quelques présentations il apparaisse véritablement déchaîné). Pourtant l'enfermement dans la « boîte » télévision est un thème récurrent de la série, et les velléités de franchissement de l'écran, d'effraction et d'irruption dans l'espace du spectateur, l'un de ses motifs visuels les plus frappants. Dans le prologue de *Decoy* (37/1), Hitchcock tient devant son visage une énorme loupe à travers laquelle il semble nous regarder. Puis il nous explique qu'il était en train d'examiner des traces de doigts — les empreintes, suppose-t-il, d'un réparateur de télévision — sur la face interne de l'écran. Au début de *Mr. Blanchard's Secret* (52/2), il se présente devant nous abrité sous un parapluie et nous demande de bien vouloir vérifier si le bocal à poissons rouges posé sur notre téléviseur n'est pas fêlé. Dans l'épilogue de *Silent Witness* (83/3), emprisonné derrière des barreaux, il pointe vers nous un pistolet à eau dont le jet s'écrase sur la vitre qui nous sépare de lui. À la fin de *The Percentage* (92/3), il frappe malencontreusement la face interne de l'écran... qui se brise.

Échappé de la boîte scénique, s'avançant dans l'espace privé du téléspectateur, Hitchcock présentateur reste à la merci de ce dernier, prisonnier de la boîte cathodique.

## Ouverture

C'est d'abord comme *art de la présentation* que Hitchcock s'approprie la télévision. Mais Hitchcock présentateur n'est pas seulement un *performer* : il est aussi celui qui, chaque semaine, nous apporte une *histoire*. Celle-ci constitue, selon sa propre expression, « la principale attraction » de l'émission<sup>22</sup>.

Envisager les téléfilms de la série dans leur ensemble nécessiterait non seulement d'en dégager les caractéristiques dominantes (thématiques, narratives, esthétiques), mais aussi de mesurer les conséquences de l'interaction entre fiction et attractions voisines (performances du présentateur, publicités), et notamment l'effet de cette interaction sur le réglage de la relation du téléspectateur à l'émission. Les insertions publicitaires et les commentaires du présentateur contribuent en effet à placer le téléspectateur dans une situation d'extériorité par rapport à l'histoire et aux personnages, position que la mise en scène même des téléfilms nous conduit à adopter : ce n'est pas tant aux personnages que nous sommes censés nous identifier qu'au regard porté sur des êtres absorbés dans ce qu'ils font, pensent ou ressentent, et généralement enfermés dans un monde qu'ils vivent comme un piège.

Enfin, les coupures publicitaires, qui ont une fonction structurante, méritent une attention particulière. Il n'est pas un épisode où Hitchcock présentateur ne souligne, que ce soit avec irritation ou résignation, le caractère incongru mais inéluctable de l'irruption de la publicité dans l'émission : « Vous avez vu le *show*, voici maintenant le *business* »... puisque telle est la loi du *show business* (*The Faith of Aaron Menefee*, 246/7). Et s'il lui arrive de prétendre : « Naturellement, ici sur *Alfred Hitchcock Presents*, nous ne permettons jamais que des considérations commerciales interfèrent avec l'art ou vice-versa » (*The Children of Alda Nuova*, 382/7), il reconnaît ailleurs que les deux sont non seulement indissociables — il n'y a pas de *show* sans *business* de même qu'il n'y a « pas de roses sans épines<sup>23</sup> » —, mais que « la pierre angulaire de la télévision commerciale, ce n'est pas la télévision mais la publicité<sup>24</sup> ». Ce qu'illustre crûment le prologue de *Relative Value* (138/4), où Hitchcock se met en scène en homme-sandwich portant l'inscription « Espace à louer ».

Université Paris 8

#### NOTES

1. *Studio One* (CBS, 1948-1958), *Kraft Television Theatre* (NBC et ABC, 1947-1958) et *Philco Television Playhouse* (NBC, 1948-1955) sont alors parmi les émissions

les plus prestigieuses. « Le nombre d'émissions dramatiques en direct sur tous les *networks* [CBS, NBC et ABC] passe de quatorze en 1955-1956 à sept en 1957-1958, et à un seulement en 1959-1960 » (Boddy 1990, p. 188). Je traduis.

2. Dès 1984, Douglas Gomery (p. 219-228) montrait qu'il était erroné de penser que l'industrie du cinéma ne s'était intéressée à la télévision que pour la combattre.

3. « Well, I actually tried a bit of television in a movie, you know. — Not on television itself? — No, no, but I made a movie called *Rope*, you know, which was shot with one camera all the way through without any cutting. And that in a sense was a kind of preview of television technique. » Entrevue avec Alfred Hitchcock par Jack Mangan pour l'émission *Ship's Reporter* de la chaîne new-yorkaise WJZ, archives du Paley Center for Media, New York (sans date de diffusion). À la sortie de *The Rope* (*La corde*, 1948) en France, les critiques de cinéma font spontanément le rapprochement avec la technique télévisuelle. Sur ce point, et pour une comparaison entre *The Rope* et *Breakdown*, le premier téléfilm réalisé par Hitchcock, voir Delavaud 2012.

4. Sous le titre générique *Suspense Stories*, cinq recueils sont publiés en édition de poche par Dell Publishing entre 1945 et 1949. Dans le recueil *Alfred Hitchcock's A Baker's Dozen of Suspense Stories*, publié en 1949 (Hitchcock 1963), figurent *Breakdown* de Louis Pollock et *Revenge* de Samuel Blas, qui feront l'objet des deux premières adaptations réalisées par Hitchcock et diffusées au début de la première saison de *Alfred Hitchcock Presents*. On trouve notamment au sommaire de ce même recueil des nouvelles signées Agatha Christie, Graham Greene, John Steinbeck, D.H. Lawrence et Ray Bradbury.

5. À la même époque, l'acteur et réalisateur Robert Montgomery présentait l'anthologie *Robert Montgomery Presents* (NBC, 1950-1957), qu'il produisait.

6. Pour une approche synthétique des présentations de Hitchcock, voir Olsson 2011.

7. Parmi les publications les plus récentes, voir Rüdél (2001, p. 97-101), Stevens (2004, p. 75-107) et Khuns (2008, p. 136-141). Les premières études consacrées aux téléfilms de Hitchcock sont celles de Nolan (1968, p. 3-6) et de Mamber (1971, p. 2-7). Hitchcock a réalisé dix-sept épisodes de *Alfred Hitchcock Presents* et un épisode de *The Alfred Hitchcock Hour*. À quoi il faut ajouter la réalisation d'un épisode de la série *Suspicion* (NBC, 1957-1958), *Four O'Clock* (1957) — série dont il était en partie producteur —, et d'un épisode de la série *Ford Startime* (NBC, 1959-1960), *Incident at a Corner* (1960).

8. Secrétaire puis assistante et scénariste de Hitchcock (*Jamaica Inn* [1939], *Rebecca* [1940], *Foreign Correspondent* [1940], *Suspicion* [1941] et *Saboteur* [1942]), Joan Harrison était productrice lorsque Hitchcock fit de nouveau appel à elle pour la série *Alfred Hitchcock Presents*. Norman Lloyd, homme de théâtre et acteur pour Hitchcock dans *Saboteur* (1942) et *Spellbound* (1945), réalisa de nombreux épisodes de la série.

9. Thomas M. Leitch (1999, p. 65) entend par l'expression « l'œuvre télévisuelle d'Alfred Hitchcock » les téléfilms qu'il a lui-même réalisés et ses introductions et conclusions des différents épisodes de la série. Je pense que la contribution du cinéaste va au-delà. Le témoignage de Norman Lloyd est confirmé par celui de Robert Bloch (1985, p. XII), auteur ou adaptateur de plusieurs fictions des deux séries : « Hitchcock lui-même n'était généralement pas présent physiquement, mais il était néanmoins une présence palpable. Quand on prenait des décisions à propos des scénarios, on se référait toujours à son goût et à ses critères — est-ce que Hitch aimerait ceci ? Est-ce qu'il désapprouverait cela ? » Je traduis.

10. Dans le présent article, toutes les citations de Hitchcock tirées de ses interventions dans *Alfred Hitchcock Presents* et *The Alfred Hitchcock Hour* ont été traduites par l'auteur.



11. Cela ne l'empêche pas, à l'occasion, d'incarner Albert Hitchcock, son « frère jumeau », qui porte moustache.

12. Auteur de la pièce *At War with the Army*, qu'il avait adaptée au cinéma pour Dean Martin et Jerry Lewis (Hal Walker, *Le soldat récalcitrant*, 1950), James Allardice avait ensuite travaillé pour *The George Gobel Show* (NBC, 1954-1960), qui lui valut un Emmy Award, avant d'entamer sa collaboration avec Hitchcock, pour lequel il écrivit, pendant dix ans, tous ses textes de présentation ainsi que ses discours publics et les bandes-annonces de ses films.

13. Ce code éthique de « bonne pratique », *The Television Code of the National Association of Broadcasters*, a été adopté en 1951.

14. Hitchcock tenait absolument à se libérer de la convention du *happy end* qu'on lui avait parfois imposée au cinéma. Dans la version de *Suspicion* (*Souçons*, 1941) voulue par Hitchcock, le personnage du mari (Cary Grant) empoisonnait réellement sa femme (Joan Fontaine) et le film se terminait sans qu'on voie le méchant puni. Dans les entretiens qu'il a donnés à la presse dans les années 1950, Hitchcock (1957, p. 18) souligne ce paradoxe : « On m'a donné plus de liberté à la télévision que je n'en ai jamais eu au cinéma », où il y a « toutes sortes de restrictions artistiques ». Il était fier de pouvoir dire que parmi les meilleurs téléfilms de la série, un certain nombre avaient une fin pessimiste (Smith 1957, p. G3). Il se disait convaincu qu'on ne l'aurait jamais laissé réaliser au cinéma une histoire comme celle du premier épisode, *Revenge*; la réaction des studios aurait été : « Croyez-vous que les gens vont payer pour être déprimés par une histoire comme celle-là ? » (Grams et Wikstrom 2001, p. 22).

15. Du moins en apparence, car Hitchcock désamorçait aussitôt son propos : « Voyez-vous, le crime ne paie pas. Même à la télévision. Il vous faut un *sponsor* », introduisant ainsi la dernière publicité de l'émission.

16. « He told me that in each show he would like to say at least one thing that was outrageous. »

17. Allardice raconte qu'en dix ans de collaboration, Hitchcock lui a demandé seulement trois ou quatre fois de réécrire quelque chose (Humphrey 1960, p. 18).

18. « As mother used to say, it's better to be safe than sorry. »

19. En réalisant *Dial M for Murder* (*Le crime était presque parfait*, 1954) en 3D, Hitchcock n'utilise pas le procédé pour produire un effet d'*émergence* (sauf à deux ou trois moments d'autant plus saisissants), mais au contraire pour accentuer l'étagement des plans dans la profondeur de champ, rendre plus lisible l'espace de l'action et y impliquer davantage le spectateur.

20. Ce prologue vient en contrepoint du prologue de l'épisode précédent (*The Creeper*, 38/1), dans lequel Hitchcock apparaît à travers un cache en forme de trou de serrure (« Bonsoir et merci de me jeter un coup d'œil furtif. Je vais faire en sorte que ça en vaille la peine... »). Le spectateur de ces histoires de « gens ordinaires » que nous rapporte Hitchcock est dans une disposition analogue à celle du protagoniste de *Rear Window* (*Fenêtre sur cour*, 1954), dont François Truffaut (1966, p. 168) disait — et Hitchcock d'acquiescer — qu'il prenait plaisir à observer « le spectacle des faiblesses humaines ». Sur la télévision comme dispositif d'observation, voir Delavaud 2011.

21. De 1948 à 1951, *The Texaco Star Theater* (NBC, 1948-1956), présenté par Milton Berle, était l'émission la plus regardée de la télévision américaine, recueillant plus de 70 % de l'audience (Richard Corliss, cité dans Edgerton 2007, p. 116).

22. « Our main attraction » (prologue de *A Man Greatly Beloved*, 72/2)

23. *The Alfred Hitchcock Hour, What Really Happened* (16/1).

24. « The cornerstone of commercial television, is not television, but the commercial », *The Alfred Hitchcock Hour, The Star Juror* (24/1).

## RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES

- Bazin 1953** : André Bazin, « Le commissaire Belin doit-il faire les pieds au mur? », *Radio-Cinéma-Télévision*, n° 155, 4 janvier 1953, p. 35.
- Bazin 1955** : André Bazin, « Fausse improvisation et trou de mémoire », *Radio-Cinéma-Télévision*, n° 274, 17 avril 1955, p. 35.
- Bloch 1985** : Robert Bloch, « My Hitch with Hitchcock », dans John McCarty et Brian Kelleher (dir.), *Alfred Hitchcock Presents: An Illustrated Guide to the Ten-Year Television Career of the Master of Suspense*, New York, St. Martin's Press, 1985, p. IX-XIV.
- Boddy 1990** : William Boddy, *Fifties Television: The Industry and Its Critics*, Champaign, University of Illinois Press, 1990, 294 p.
- Chandler 2005** : Charlotte Chandler, *Its Only a Movie: Alfred Hitchcock, a Personal Biography*, London, Simon and Schuster, 2005, 368 p.
- Delavaud 2011** : Gilles Delavaud, « Deux versions du dispositif télévision », dans François Albera et Maria Tortajada (dir.), *Ciné-dispositifs. Spectacles, cinéma, télévision, littérature*, Lausanne, L'Âge d'Homme, 2011, p. 301-324.
- Delavaud 2012** : Gilles Delavaud, « Les débuts télévisuels d'Alfred Hitchcock », dans François Amy de la Bretèque, Emmanuelle André, François Jost, Raphaëlle Moine, Guillaume Soulez et Jean-Philippe Trias (dir.), *Cinéma et audiovisuel se réfléchissent. Réflexivité, migrations, intermédialité*, Paris, L'Harmattan, 2012, p. 181-190.
- Edgerton 2007** : Gary R. Edgerton, *The Columbia History of American Television*, New York, Columbia University Press, 2007, 493 p.
- Gomery 1984** : Douglas Gomery, « Failed Opportunities: The Integration of the US Motion Picture and Television Industries », *Quarterly Review of Film Studies*, vol. 9, n° 3, 1984, p. 219-228.
- Gould 2002** : Jack Gould, « Matter of Form: Television Must Develop Own Techniques if It Is to Have Artistic Vitality » [1948], dans Lewis L. Gould (dir.), *Watching Television Come of Age*, Austin, University of Texas Press, 2002, p. 36-38.
- Gould 2002a** : Jack Gould, « Julius Caesar: Worthington Miner's Version in Modern Dress Proves Spectacular Television » [1949], dans Lewis L. Gould (dir.), *Watching Television Come of Age*, Austin, University of Texas Press, 2002, p. 39-41.
- Grams et Wikstrom 2001** : Martin Grams, Jr. et Patrik Wikstrom (dir.), *The Alfred Hitchcock Presents Companion*, Arlington, OTR Publishing, 2001, 664 p.
- Hitchcock 1957** : Alfred Hitchcock, « No Problem for Mr. Hitchcock. The Old Master Contends He Enjoys More Freedom in TV than the Movies Ever Afforded », *TV Guide*, vol. 5, n° 48, 1957, p. 17-19.
- Hitchcock 1963** : Alfred Hitchcock, *Alfred Hitchcock's A Baker's Dozen of Suspense Stories* [1949], édition revue et augmentée, New York, Dell Publishing, 1963, 192 p.
- Humphrey 1960** : Hal Humphrey, « Hitchcock's Ghost: James Allardice Writes the Pitch for Hitch », *The Milwaukee Journal*, février 1960, p. 18.
- Khuns 2008** : Larry J. Khuns, « Alfred Hitchcock Presents », dans Ken Mogg (dir.), *The Alfred Hitchcock Story*, London, Titan Books, 2008, p. 136-141.
- Leitch 1999** : Thomas M. Leitch, « The Outer Circle: Hitchcock on Television », dans Richard Allen et Sam Ishii Gonzalez (dir.), *Alfred Hitchcock: Centenary Essays*, London, British Film Institute, 1999, p. 59-71.
- Lloyd 1993** : Norman Lloyd, *Stages: Of Life in Theatre, Film and Television*, New York, Limelight, 1993, 226 p.
- Mamber 1971** : Steve Mamber, « The Television Films of Alfred Hitchcock », *Cinema*, automne 1971, p. 2-7.

**National Association of Broadcasters 1959:** National Association of Broadcasters, *The Television Code*, 5<sup>e</sup> édition, Washington, National Association of Broadcasters, 1959, 13 p.

**Nolan 1968:** Jack Edmund Nolan, « Hitchcock's TV films », *Film Fan Monthly*, n° 84, 1968, p. 3-6. Repris dans Albert J. La Valley (dir.), *Focus on Hitchcock*, Englewood Cliffs (NJ), Prentice Halls, 1972, p. 140-142.

**Olsson 2011:** Jan Olsson, « Alfred Hitchcock, théoricien de la télévision », dans Gilles Delavaud et Denis Maréchal (dir.), *Télévision. Le moment expérimental. De l'invention à l'institution (1935-1955)*, Rennes, Apogée, 2011, 602 p.

**Paul 1993:** William Paul, « The Aesthetics of Emergence », *Film History*, vol. 5, n° 3, septembre 1993, p. 321-355.

**Rüdel 2001:** Ulrich Rüdel, « Cinéma en miniature: The Telefilms of Alfred Hitchcock », dans Martin Grams, Jr. et Patrik Wikstrom (dir.), *The Alfred Hitchcock Presents Companion*, Arlington, OTR Publishing, 2001, p. 97-108.

**Seldes 1952:** Gilbert V. Seldes, *Writing for Television*, New York, Doubleday and Company, 1952, 254 p.

**Smith 1957:** Cecil Smith, « Alfred Hitchcock Plans to Broaden "Telly-vision": Output With 2nd Show », *Los Angeles Times*, 7 juillet 1957.

**Stevens 2004:** Brad Stevens, « L'œuvre télévisuelle d'Alfred Hitchcock », *Trafic*, n° 51, 2004, p. 75-107.

**Truffaut 1966:** François Truffaut, *Le cinéma selon Hitchcock*, Paris, Robert Laffont, 1966, 260 p.

**Weaver 2001:** Tom Weaver, « Interview with Norman Lloyd », *I Was a Monster Movie Maker*, Jefferson (NC), MacFarland and Co., 2001, p. 151-179.

## ABSTRACT

### Television According to Alfred Hitchcock:

#### An Aesthetic of Emergence

Gilles Delavaud

Alfred Hitchcock appeared at the beginning and at the end of each episode of his television series *Alfred Hitchcock Presents* (1955-1962) and *The Alfred Hitchcock Hour* (1962-1965). These interventions enabled him to take the stage, to play a role, to embody a quasi-character who was neither Hitchcock the producer nor Hitchcock the director. They gave him the opportunity to speak about matters which were rarely connected with the fictional story he was supposed to be introducing. Hitchcock speaks to us of other things, principally (and with remarkable consistency) television: about television as institution and apparatus. For him, the television apparatus, like that of cinema, is ludic in nature. Yet its rules differ. In television, presentation is essential. In this article, focusing on the notion *presentation*, the author wonders, first of all, what Hitchcock the presenter is playing at. Then, how is the delicate problem of "directing the viewer" posed in new ways? What becomes of this desire for

mastery, which Hitchcock sees as the essence of his art, when he is no longer dealing with a captive audience the way he is in cinema? Through a definition of an “aesthetic of emergence,” the author suggests answers to these questions in order to shine light on the Hitchcockian strategy.