

La BD, nouvelle matrice des séries télévisées

Matteo Stefanelli, università Cattolica di Milano et Éric Maigret, université de Paris 3

Les médias ont toujours été dépendants les uns des autres. L'intermédialité, vue comme le plan des relations entre différents segments médiatiques de l'industrie culturelle, qui s'est récemment développée avec la numérisation, est un trait constitutif des médias pensés comme système¹. Une approche holistique des séries télévisées doit donc conduire à une étude des relations qu'elles entretiennent avec les autres formes médiatiques. Nous voudrions privilégier ici le rapport au médium bande dessinée, en apparence éloigné de la télévision, en fait de plus en plus lié au destin de notre objet, et souligner les transformations narratives et culturelles enregistrées par les séries télé sous son influence. En filigrane, grâce au point de vue décalé d'une analyse en termes de relations intermédiaires assez peu pratiquée – la raison principale étant la faiblesse de la bande dessinée dans le système médiatique et les insuffisances de son analyse scientifique² – nous nous poserons des questions plus générales, relatives aux changements passés et en cours dans la constellation des médias.

Mutations de la narration et de l'écriture

Les relations entre bande dessinée et séries télévisées ont été, tout au long des décennies, assez faibles³, par opposition par exemple aux relations entre bande dessinée et cinéma, très intenses au début du XX^e siècle et depuis les années 1950. Néanmoins, depuis quelques années, l'intensité des relations augmente, et ce sont les séries télévisées qui subissent l'impact des transferts, au niveau de leurs stratégies narratives.

Première phase : *Lost in (paper) Space*

Si on limite l'observation aux adaptations, durant les trente ou quarante premières années d'histoire de la télévision, deux traits généraux se dégagent, l'un concernant la direction des échanges, l'autre les composantes de ces transferts. Tout d'abord, la direction du flux a plutôt été de la télévision vers la bande dessinée. Si pour les adaptations en séries télévisées on se souvient de cas célèbres comme *Batman* et *Wonder Woman*, il est beaucoup plus facile d'énumérer une longue liste d'adaptations, reprises et parodies en BD de séries télévisées comme *Lassie*, *Star Trek*, *Bonanza* ainsi que de nombreux *soaps*, feuilletons et *sitcom*. On observe ensuite un transfert général d'imaginaires et de contenus, proche de ce qui s'était déjà passé, à la fin de la Grande Guerre, entre cinéma et BD : une migration de thèmes et de personnages avec des stars comme *Laurel et Hardy* adaptées en BD. La seule différence réside dans le fait que si, entre cinéma et BD, les relations d'après guerre avaient bouleversé la phase précédente, dominée par les adaptations filmiques de bandes dessinées, les débuts de la télévision voient la BD comme source secondaire et plutôt comme terrain à conquérir : de *Man from U.N.C.L.E.* à *Lost in Space*, beaucoup de séries télévisées auront une très longue vie en BD, parfois plus longue qu'en télévision même.

Deuxième phase : *Lost in pace*

Avec les années 1980, les choses changent dans le domaine des séries télé et dans celui des séries BD, avec le succès, aux États-Unis, des *X-Men*, super-héros édités

La BD, nouvelle matrice des séries télévisées

Matteo Stefanelli, Éric Maigret

par Marvel. Reprise par le scénariste Chris Claremont en 1975, cette série fait l'objet d'un traitement très différent du traitement canonique des « super-groupes ». Claremont se donne un programme de travail complexe et radical : le récit d'une communauté de personnages et de leurs relations humaines, développées au moyen de très nombreuses sous-trames lentement intermêlées. Sous l'influence du rythme des *soaps* et d'une radicalisation du modèle Marvel – accordant de l'importance à l'évolution des expériences et des caractères des personnages « derrière le masque⁴ » – Claremont fait coexister des actions développées pour un épisode uniquement avec d'autres dévoilées pendant des mois et même des années. Le même processus opère pour certaines séries télé, notamment *Hill Street Blues* (1981), dont le créateur Steven Bochco cherche à se différencier de la « standardisation » des séries policières classiques, de type *Starsky et Hutch* et *Dragnet*, suivant un ou deux personnages principaux, occupés par une enquête, avant le tournant décisif et le dénouement. Dans *Dragnet*, par exemple, ne courrait qu'une seule ligne narrative, de la scène du crime initiale jusqu'à sa résolution. Seule variation commune : la présence d'une sous-trame narrative comique, habituellement placée en finale, comme dans *Starsky et Hutch*. Comme Steven Johnson l'a bien montré : « Un épisode de Hill Street Blues est beaucoup plus compliqué. La trame narrative suit des lignes parallèles qui, parfois, se déploient en dix unités temporelles, même si une moitié des pistes narratives occupent seulement de très courtes scènes dans l'épisode. La quantité de personnages principaux change significativement. Et l'épisode a des contours indéfinis, reprend une ou deux histoires de l'épisode précédent au début, en tient une ou deux ouvertes à la fin⁵ ». C'est aussi le cas de séries récentes comme *Les Soprano*s ou *Lost*, exemples par excellence des nouvelles formes de suspense dans les narrations télévisuelles.

Le passage des narrations « unilinéaires » à des architectures narratives multifocales et fragmentées est donc, en BD et en télévision, le même. Néanmoins, dans la BD le processus est intervenu plus tôt, provoqué par le changement de la grande et ancienne « industrie de la sérialité »

qu'est la bande dessinée de super-héros, en particulier par la précoce « *soapisation* » vécue par les *comics* Marvel. Le nouveau standard narratif se répand vite dans l'ensemble de la BD américaine qui, dès la moitié des années 1980, est dominée par cette nouvelle complexité narrative. L'effet sur les publics est très fort, conduisant en 1992 au succès historique du lancement de la nouvelle série *The X-Men* : deux millions de copies en quelques jours. Les professionnels de l'écriture télévisuelle suivent de près ce phénomène. Ce renouveau de la narration en BD produit trois effets majeurs :

1 – La BD de super-héros devient un modèle pour l'élaboration des stratégies narratives. Les contenus sont secondaires : c'est la connaissance de la complexité des trames qui importe, l'acquisition d'une compétence « technique » au niveau du travail d'écriture. Non seulement des auteurs comme les cinéastes Kevin Smith ou Quentin Tarantino avouent leurs références BD – et Smith collabore avec Marvel et DC – mais des créateurs de séries télévisées comme Joss Whedon (*Buffy*) ou J. Michael Straczynski (*Babylon 5*) citent les héros mutants et Claremont comme inspiration.

2 – Les professionnels de la sérialité en BD sont appelés par la télévision pour écrire. Entraînés à une écriture multifocale avec plusieurs lignes narratives, ils peuvent bien sûr garantir la tenue du nouveau modèle. C'est le cas de Gerry Conway, déjà auteur pour les *Spider-Man* et *Superman* des années 1970, devenu scénariste pour *Matlock* et *Law and Order*. Plus récemment, c'est le cas significatif de Paul Dini, scénariste d'épisodes et romans graphiques mémorables pour *Batman* et *Superman*, passé au poste « technique » par excellence, celui de *story editor*, dans la série culte des années 2000 : *Lost*.

3 – L'échange de scénaristes entre BD et séries télé, dans les années 2000, est un phénomène retentissant, produisant de la réciprocité. Plusieurs séries BD sont écrites par des scénaristes de télévision comme Joss Whedon, Judd Winick, Daemon Lindelof (*Lost*). L'exemple le plus probant est l'arrivée de Straczynski au poste de scénariste principal pour la BD *Spider-Man*.

Matteo Stefanelli, Éric Maigret

La BD, nouvelle matrice
des séries télévisées

Réceptions et stratégies « de culte »

Il n'y a pas que les échanges entre formes narratives qui interviennent dans les relations entre BD et séries télé. Ces échanges narratifs dérivent de et se mêlent avec la plus ample dimension de la « textualité culte ». La maturité de la bande dessinée dans ce domaine de co-production culturelle a influencé le développement récent des activités de réception des séries télé. S'il n'est pas possible de reprendre ici le débat, en *Cultural Studies* en général et dans les *Television Studies* en particulier, relatif au concept de « culte » et à son succès dans le champ audiovisuel, nous fournirons certains des traits majeurs du phénomène. Reprenons auparavant l'histoire du développement de la sérialité en BD et de la télévision depuis les années 1980.

Le succès de la série *X-Men* a très tôt conduit à la création de plusieurs *spin-offs*. Parmi les « X-Books », on peut citer : *The New Mutants* (1983), *X-Factor* (1985), *Excalibur* (1987), *Wolverine* (1988). Avec ces nombreux *spin-offs*, les X-Men – désormais devenus une *franchise* – deviennent un des actifs les plus importants de Marvel. Cela s'incarne dans la production d'œuvres narratives, la multiplication des *crossover* avec d'autres séries, le lancement de jeux (de rôle et vidéo) et d'objets dérivés, pour le circuit croissant du *Direct Market* – les librairies spécialisées en BD qui accueillent presque exclusivement dans les années 1980 les fans de super-héros, comme marché de niche très actif. Dans les années 1990, les récits des *X-Men* se font toujours plus difficiles à suivre mais le succès des X-Books inspire d'autres franchises très populaires, telles que *Spider-Man* ou *Superman* ou *Batman*, qui, à l'origine du concept de « familles » de *comic books* liés les uns aux autres, amplifient cette stratégie. Notons d'ailleurs que la pratique du *crossover*, timidement apparue dans les séries télé dans les années 1990, est monnaie courante dans la BD américaine depuis les années 1960 voire 1950, et qu'elle a atteint une forme de paroxysme dès les années 1970 avec les croisements de séries Marvel et même les croisements Marvel/DC (*Superman* et *Spider-Man* se rencontrent en 1976, *Wonder Woman* et *Hulk* en 1981).

Comme l'affirme Sara G. Jones : « Depuis 1990 un grand nombre de séries télévisées ont été produites et diffusées sur le marché précisément pour attirer des micro-cultures spécifiques et pour accroître non seulement les spectateurs réguliers, mais aussi une partie importante de fans. Des séries comme *X-Files*, *Babylon 5*, *Xena*, *Buffy*, *Dark Angel*, *Farscape* ou *Witchblade* adoptent une suite de mécanismes textuels et narratifs qui rappellent explicitement les pratiques de réception et de vision immersives, interprétatives et interactives typiques du *fandom*⁶. »

La télévision de la fin des années 1980, de plus en plus fragmentée aux États-Unis (ABC, CBS, NBC subissent la concurrence des nouvelles chaînes thématiques), enregistre une mue des modèles économiques des *networks* (intégrés dans des conglomerats ou contestés par eux : Time-Warner, Disney-ABC, Viacom-UPN, NewsCorp-Fox). Autrefois instruments de la construction d'une sphère publique nationale, ces derniers deviennent des organisations dédiées au recueil d'audiences bien ciblées sur un plan international, assignant aux séries télé la mission de chercher à établir une nouvelle relation avec les publics. Il faut aller au-delà du grand public, toucher les « publics avides, qui ne considéreront plus seulement la série comme un rendez-vous mais comme une large gamme de produits officiels⁷ ». Dans le panorama audiovisuel, après les deux seuls cas « anciens » qui traduisaient une maîtrise de ces aspects, *Star Wars* et *Star Trek*, tout commence avec *Twin Peaks* et *X-Files*. Mais pour confirmer cette orientation, l'expérience fournie par la bande dessinée est cruciale. Les deux traits principaux de la textualité culte empruntée par les séries télévisées dans les années 1990 à l'expérience de la bande dessinée (vue comme ressource symbolique et industrielle) sont alors la définition du périmètre des genres des séries « de culte » et le profil de la textualité des séries télé.

1. Pour Jones et Pearson, les genres fantastiques (science-fiction, fantasy, horreur, et leurs hybrides) « permettent le développement de formes narratives non linéaires, qui autorisent les retours en arrière, les intrigues parallèles et, bien sûr, les projections en avant, en englobant une multiplicité de cadres temporels et

La BD, nouvelle matrice des séries télévisées

Matteo Stefanelli, Éric Maigret

ambiances qui finissent par créer un méta-texte, au moins potentiel, infiniment ample, et parfois une dilatation infinie de la résolution de l'herméneutique du récit⁸ ». Ce n'est pas une surprise donc si beaucoup de séries des années 1990 et 2000 dérivent directement de l'expérience des BD de super-héros, historiquement plongés dans un mélange de genres et de sous-genres fantastiques, comme Hulk, Flash, Smallville, Birds of Prey...

2. Si les séries culte ne répondent pas seulement au « *désir d'être divertis, plutôt à la nécessité d'être impliqués dans un univers imaginaire⁹ », la textualité culte « ne se limite plus aux frontières d'un texte : elle fait coexister des univers imaginaires qui ne se cantonnent plus à la vie dans un seul médium mais qui se déploient à travers différents médias et textes, qui ne sont pas connectés par un unique récit linéaire principal [...] n'excluant pas mais donnant plutôt une nouvelle force à la réception, à travers les tactiques spécifiques de cooptation du fandom¹⁰ ». Celles-ci requièrent en effet une participation aux différentes formes (et produits culturels) de ces univers. Ici, la leçon de la BD est double. Les séries qui ont généré des *spin-offs*, avec leurs *crossovers*, produits dérivés et rites de réception, servent d'exemples et de modèle économique structuré – *Star Wars* et *Star Trek* se présentant comme des cas exceptionnels, non répliquables – desquels il faut apprendre : *Buffy*, *Xena* et *Lost* trahissent cette influence par leurs concepts. La bande dessinée, d'autre part, s'offre comme réservoir de propriétés imaginaires déjà prêtes et développées : il suffit d'en acheter les droits et d'acquérir le savoir-faire de l'industrie des BD dans la relation au *fandom* pour prendre une option sur le développement d'une dynamique de la textualité culte – comme l'ont fait par exemple *Witchblade* ou *Smallville*. Le cinéma fournit des exemples très clairs : si parmi les plus grands succès des années 2000 apparaissent *Spider-Man*, les *X-Men*, *Hulk*, *Batman*, *Daredevil* et *Superman*, et si cela a énormément prêté à discussion sur la nature du cinéma-franchise, c'est que la contribution de la bande dessinée au changement des imaginaires, des formes de production et de réception est aujourd'hui évidente.*

Politiques de l'intermédialité : l'axe BD/télé/cinéma

Cette analyse très partielle des relations entre séries télé et bande dessinée, et en particulier du rôle de la BD (à travers les séries, surtout américaines) dans les transformations des formes et des stratégies symboliques des séries télé récentes, nous mène à des questions qui nous semblent assez nouvelles, relatives au rôle de la BD, aux nouvelles relations entre médias, au statut des œuvres culturelles dans le contexte d'une intermédialité omniprésente.

Le changement de statut – socioculturel et économique – de la bande dessinée démontre que l'hypothèse McLuhanienne n'est pas vérifiée. Médium visuel central au XIX^e siècle et au début du XX^e, périphérique durant les trente dernières années, la BD retrouve aujourd'hui un rôle très actif dans la culture. Les exemples que nous avons fournis le soulignent assez. N'oublions pas également sa fonction de médiation interculturelle avec l'Orient, avec ces accès privilégiés pour les jeunes Occidentaux que sont les mangas (et les dessins animés les adaptant). Deuxième point, le rôle de l'axe BD/télévision/cinéma dans la restructuration des relations intermédiaires. Il semble que cet axe structure fortement aujourd'hui, sur les plans symbolique et organisationnel, l'industrie culturelle dite *mainstream* (« stars » incluses). Cette remarque n'est pas nécessairement originale mais elle permet elle aussi de relativiser les rhétoriques utopistes du changement technologique. Au centre des médiacultures actuelles, ne se situent plus le livre, la radio et le théâtre, mais pas véritablement non plus les jeux vidéo et internet, encore loin d'avoir le pouvoir qui « gouverne » les transferts – symbolique, économique, de compétences – dans les flux d'intermédialité.

Dernière question, celle du statut des produits culturels à une époque où l'intermédialité se fait constitutive. D'où « viennent » les produits culturels ? La réponse est de moins en moins simple, avec cette tendance à l'abstraction des processus de production des contenus, et avec l'importance – juridique mais aussi théorique – du développement des contenus comme *objets pensés pour un licensing intermédiaire*, plutôt que comme produits incarnés dans un médium spécifique. C'est le phénomène *Hello*

Matteo Stefanelli, Éric Maigret

La BD, nouvelle matrice
des séries télévisées

Kitty et non plus celui de *Dallas*. Or, qui « sont » leurs publics ? Et « où » sont-ils ? Il s'agit de mieux comprendre les comportements des publics et la nature de la réception dans ce contexte nouveau. On ne peut plus penser les publics avec des identités socioculturelles très stables ni des identités médiatiques déterminées. La notion de médium garde bien sûr du sens, car les attentes spécifiques adressées au cinéma, à la télévision ou à la BD varient encore, de même que les rythmes temporels de réception pour la plupart des gens – après tout il ne peut y avoir intermédialité sans existence de médias différenciés – mais elle se détache de plus en plus de la croyance en l'enracinement absolu dans une « plateforme » dédiée : si je regarde un film, je peux être en salle, devant un moniteur lié à un lecteur DVD, ou connecté à internet. En outre, l'oscillation des publics de la position de *récepteurs* (établie dans la relation au texte) à celle de *producteurs* (définie par une activité performative au sein d'une communauté de pratiques, voir les *fan-fics*¹¹ et le *cosplay*¹²), nous empêche d'étudier les relations de pouvoir activées dans les médias avec les seuls instruments des *Cultural Studies* textualistes (à la Stuart Hall) ou de celles centrées sur le moment R de la Réception (à la John Fiske).

Notes

1. Voir Gilles Delavaud et Thierry Lancien, (dir), « D'un média... l'autre », *MédiaMorphoses*, 16, 2006.

2. Sur les relations entre bande dessinée, système des médias et culture : Matteo Stefanelli (dir), *Fumetto International. Trasformazioni del fumetto contemporaneo*, Drago Arts and Communications, Roma 2006, et Thierry Groensteen, *Un objet culturel non identifié*, Paris-Angoulême : Éditions de L'An 2, 2006.

3. Il ne faut pas oublier que ce constat n'est possible que si l'on distingue dans le domaine télévisuel dessins animés et séries télévisées. L'histoire des dessins animés pour enfants s'est développée dans une relation stricte avec la bande dessinée, mais son autonomie – toute relative – avec les séries télévisées « d'action réelle » nous autorise cette simplification.

4. Éric Maigret, « Strange *grandit avec moi*. Sentimentalité et masculinité chez les lecteurs de bandes dessinées de super-héros », *Réseaux*, 70, 1995.

5. Steven Johnson, *Everything Bad Is Good for You. How Today's Popular Culture Is Actually Making Us Smarter*, New York : Riverhead Books, 2005.

6. Sara Gwenllian Jones, *Web Wars. Resistance, Online Fandom and Studio Censorship*, in Mark Jancovich et James Lyons (dir), *Quality Popular Television*, London : BFI, 2003. [Le *fandom* (de l'anglais *fan kingdom*) représente tout ce qui touche au domaine de prédilection d'un groupe de personnes et qui est organisé ou créé par ces mêmes personnes. Les fans enthousiastes de certains domaines, phénomènes ou personnes (auteurs, idéologies ou encore modes) se manifestent souvent sous la forme d'un *fandom*. Les fans typiques s'intéressent au moindre détail de l'objet de leur *fandom* et c'est ce souci du détail qui les différencie des amateurs.] [ndlr. Source : <http://fr.wikipedia.org/wiki/Fandom>]

7. Sara G. Jones et Roberta Pearson (dir.), *Cult Television*, University of Minnesota Press, 2004. Sur le concept de culte voir aussi Philippe Le Guern (dir.), *Les cultes médiatiques. Culture fan et œuvres cultes*, Rennes : PUR, 2002.

8. *Ibidem*.

9. Sara Gwenllian Jones, *Web Wars*, *op. cit.*

10. Massimo Scaglioni, *Tv di culto. La serialità televisiva americana e il suo fandom*, Milano : Vita-Pensiero, 2006

11. Une fanfic ou fan fiction est une fiction écrite par un fan d'une série télévisée, d'un film, d'un *anime* [film d'animation], d'un jeu vidéo, d'un livre ou d'une bande dessinée à partir de l'univers et/ou des personnages l'œuvre qu'il apprécie. [ndlr. Source : <http://fr.wikipedia.org/wiki/Fanfiction>]

12. Le *Cosplay* (contraction de l'anglais *Costume Playing*), ou *kosu-pure* en japonais, est une pratique consistant à jouer le rôle de ses personnages (héros de mangas, d'animation japonaise, de films ou de jeux vidéo), voire de ses artistes de musique favoris, notamment en imitant leur costume et leur maquillage. Très courante au Japon, cette pratique n'est pas rare aux États-Unis ou en Europe lors des conventions et autres festivals de mangas ou de science-fiction. [ndlr. Source : <http://fr.wikipedia.org/wiki/Cosplay>]