



HAL
open science

“ The editors have cast me in comic stories ” Comic Books, western stars et transfictionnalité en régime médiatique Version préparatoire avant traduction de “ ‘The editors have cast me in comic stories’, Comic books, western stars e transmedialità ”, in Giuliana Benvenuti, Sara Colaone, Lucia Quaquarelli (dir.), Bande à part 2, fumetto e transmedialita, Milan, Morellini editore, 2019.

Matthieu Letourneux

► To cite this version:

Matthieu Letourneux. “ The editors have cast me in comic stories ” Comic Books, western stars et transfictionnalité en régime médiatique Version préparatoire avant traduction de “ ‘The editors have cast me in comic stories’, Comic books, western stars e transmedialità ”, in Giuliana Benvenuti, Sara Colaone, Lucia Quaquarelli (dir.), Bande à part 2, fumetto e transmedialita, Milan, Morellini editore, 2019.. Giuliana Benvenuti, Sara Colaone, Lucia Quaquarelli (dir.), Bande à part 2, fumetto e transmedialita, Milan, Morellini editore, 2019., 2019. hal-02943369

HAL Id: hal-02943369

<https://hal.science/hal-02943369>

Submitted on 8 Oct 2020

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L’archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d’enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Auteur: Matthieu Letourneux

« **The editors have cast me in comic stories** »

Comic Books, western stars et transfictionnalité en régime médiatique

Version préparatoire avant traduction de « 'The editors have cast me in comic stories', Comic books, western stars e transmedialità » in Giuliana Benvenuti, Sara Colaone, Lucia Quaquarelli (dir.), *Bande à part 2, fumetto e transmedialita*, Milan, Morellini editore, 2019.

Les études consacrées aux phénomènes transmédiateurs se sont multipliées depuis quelques décennies. Elles se sont en particulier concentrées sur la circulation des œuvres franchisées entre les médias, et sur les expériences artistiques exploitant la variété des modes d'expression et des supports de diffusion. On a pu montrer que le développement de telles productions a été favorisé par une industrie culturelle de plus en plus puissante et soucieuse d'exploiter au mieux les synergies médiatiques pour rentabiliser des productions toujours plus coûteuses¹. Mais la circulation des discours sur différents supports affecte certes les fictions depuis que les productions de masse recourent systématiquement aux logiques de franchise², mais elle caractérise aussi l'information et la manière dont elle est reprise (ce que montrent les recherches sur la « viralité »³). Dans ce dernier domaine, ce sont sans doute les discours et les images participant d'une culture de la célébrité qui engagent de la manière la plus nette un processus de circulation, lequel constitue acteurs et chanteurs en objets de l'actualité médiatique⁴. Si les dynamiques transmédiateurs affectent à la fois les productions fictionnelles et les discours journalistiques, c'est bien parce que, depuis le XIXe siècle, les sociétés occidentales ont basculé dans une culture médiatique et marchande qui doit s'envisager de manière globale, structurant l'essentiel de nos représentations. Or, rares sont les travaux qui considèrent la circulation *entre* les espaces de l'information et ceux de la fiction, produisant des types de discours par essence hybrides. De telles pratiques sont

¹ Derek Johnson, *Media Franchising ; Creative License and Collaboration in the Culture Industries*, New York et Londres, New York University Press, 2013.

² C'est ce que montre le livre de Carlos Scolari, Paolo Bertelli et Matthew Freeman, *Transmedia Archaeology ; Storytelling in the Borderlines of Science Fiction, Comics and Pulp Magazines*, Houndsmill et New York, Palgrave Macmillan, « Palgrave Pivot », 2014.

³ Ryan Cordell, "Viral Textuality in Nineteenth-Century Us Newspaper Exchanges", in V. Alfano et A. Stauffer (dir.), *Virtual Victorians*, New York, Palgrave Macmillan, 2015.

⁴ Ellis Cashmore, *Celebrity/Culture*, New York, Routledge, 2006 (chapitres I et IV).

pourtant essentielles pour comprendre comment se structurent nos imaginaires, loin de toute ségrégation entre discours fictionnels et non fictionnels.

Nous voudrions le montrer à travers un cas, courant dans les productions populaires jusqu'à une période récente, celui des bandes dessinées prenant pour héros des célébrités médiatiques du temps – généralement des acteurs, mais il peut s'agir également de sportifs, de présentateurs de radio ou de télévision, ou encore de figures du spectacle – pour en faire les personnages d'aventures comiques ou sérieuses⁵. Nous nous intéresserons en particulier au cas des *comic books* américains des années 1950 prenant pour héros des acteurs de *westerns*, mais sans méconnaître le fait qu'une telle pratique est beaucoup plus ancienne⁶. Si nous choisissons de nous concentrer sur les seuls *comics western* couvrant la brève séquence 1948-1960, c'est non seulement parce que la matière est déjà fort riche, mais aussi parce qu'elle possède une grande cohérence. Tous les *comics books* en question sont vendus dans les mêmes réseaux de distribution, ils s'adressent au même public de jeunes lecteurs, et surtout ils illustrent la montée en puissance rapide de la télévision, relayant le cinéma et la radio comme pivot des imaginaires médiatiques américains, puisque le plupart des bandes dessinées s'inspirent de séries télévisées à succès⁷. Or, notre hypothèse est qu'avec leurs récits d'acteurs vivant des aventures de *cow boys*, ces magazines manifestent le fait que les imaginaires transmédiatiques n'engagent pas seulement la question de la relation à la fiction, mais une culture globale, qui met en jeu également la circulation des discours non fictionnels, comme les informations ou les anecdotes d'actualité, suivant une dynamique d'adaptation et de sérialisation dépassant le seul espace de la fiction.

⁵ On citera, parmi ces *comics books* centrés sur d'autres célébrités médiatiques que celles qui nous intéresseront, ceux qui prennent pour héros des comiques bien sûr, comme *The Three Stooges*, *Jackie Gleason* ou *Abbott and Costello*, des sportifs, comme Jackie Robinson (*Famous Plays by Jackie Robinson*) ou des animateurs de radio, comme le conseiller matrimonial John J. Anthony (*Mr Anthony Love Clinic*). Mais ces exemples sont bien moins nombreux que ceux des acteurs *western* à l'époque.

⁶ Pour l'étude des périodes précoces, on consultera Jared Gardner, *Projections; Comics and the History of Twenty-First Century Storytelling*, Stanford, Stanford University Press, 2012, et pour le corpus anglais, Graham King et Ron Saxby, *Wonderful World of Film Fun, : The Comic Anatomy of Film Fun 1920-1962*, Londres; Clarke's New Press, 1985

⁷ Les premiers *comic books* de ce type privilégient cependant les acteurs de cinéma, comme Gene Autry (1946) ou Buck Jones, qui sera le héros récurrent du magazine *Master Comics* de l'éditeur Fawcett (1941).

Le comic d'acteurs western dans l'écosystème des médias des années 1950.

Dès la fin des années 1940, la télévision s'impose comme le nouveau média populaire. Plus important, elle apparaît comme un objet de cristallisation de l'imaginaire des classes moyennes, réorganisant l'espace de la sociabilité privée. Ses dimensions supposent en effet qu'elle soit placée à l'origine dans le salon, à côté du poste de TSF. C'est autour de ces deux appareils que s'organise très largement la vie familiale⁸. C'est donc naturellement que la télévision s'impose dans les foyers, connaissant un développement spectaculaire et représentant un important pôle d'attraction pour les consommateurs, au point d'apparaître comme l'un des biens d'équipement les plus désirables dès la fin des années 1950⁹. Ce poids de la télévision dans l'organisation de la vie privée des familles qui la possèdent se retrouve accentué dès la fin des années 1940, quand on produit des programmes susceptibles d'être regardés collectivement, en séduisant les enfants sans déplaire aux parents¹⁰.

Or, le développement de programmes familiaux vient à point pour pallier l'effondrement des réseaux traditionnels de diffusion du cinéma de série B¹¹. Elle permet en effet aux acteurs spécialisés dans ce type de cinéma de se recycler rapidement sur le petit écran. Le cas de l'acteur William Boyd en est symptomatique. Incarnation d'un Hopalong Cassidy au succès déclinant dans les productions de série B, il va devenir une véritable star du petit écran et de la publicité pour les produits pour enfants¹². Son incroyable succès illustre ce tournant opéré par les acteurs de *western* vers le petit écran durant les années 1950, comme

⁸ Sur la manière dont la télévision s'est imposée dans les foyers et a structuré les imaginaires, voir Gary R. Edgerton, *The Columbia History of American Television*, Columbia, Columbia University Press, 2007, chapitre IV.

⁹ Ce succès est matérialisé par l'augmentation du nombre de postes de télévision aux États-Unis : 30 000 en 1947, 157 000 en 1948, 876 000 en 1949, 3,9 millions en 1950, 15 millions en 1952 et 34,7 millions en 1961 (chiffres d'Evelyn Cohen, « La télévision dans les démocraties. Années 1930-années 1980 », *Annuaire de civilisation contemporaine Europe/Amérique*, 4, 2004).

¹⁰ Carmen Luke, *Constructing the Child Viewer; A History of the American Discourse on Television and Children, 1950-1980*, New York, Londres, Praeger, 1990.

¹¹ Les réseaux de série B sont historiquement liés au marché des salles de « double bill », offrant deux films, l'un, plus soigné, de série A, l'autre, moins prestigieux, de série B. Sur la fin de ce système de production et sa reconfiguration au cours des années 1950, voir Blair Davis, *The Battle for the Bs ; 1950s Hollywood and the Rebirth of Low-Budget Cinema*, New Brunswick, Rutgers University Press, 2012.

¹² Michael Kackman, « Nothing On But Hoppy Badges: Hopalong Cassidy, William Boyd Enterprises, and Emergent Media Globalization », *Cinema Journal*, vol. 47, n° 4, 2008.

Rex Allen, Lash LaRue ou Johnny Mack Brown¹³. Et si les acteurs des *westerns* sont plus nombreux que les autres célébrités de série B à se recycler dans les productions télévisées, c'est aussi parce qu'ils bénéficient du goût, chez les enfants, pour ce type de programmes.

Pour les éditeurs de *comics*, cette montée en puissance de la télévision apparaît tout à la fois comme une opportunité et comme une menace. Il s'agit d'une opportunité parce que les *comics books* se conçoivent, dès l'origine, comme une forme bon marché de fiction médiatique entrant naturellement en relation avec les médias plus coûteux, dont ils peuvent offrir une version plus accessible¹⁴. Ils recyclent ainsi les succès de la radio, du cinéma et de la télévision, cherchant à prolonger l'expérience de la fiction, hors des contraintes de la salle de cinéma ou des programmes radiophoniques et télévisés, jusque dans la chambre de l'enfant. C'est en effet surtout vers le public des jeunes consommateurs que ces périodiques jouent ce rôle, leur donnant accès, pour une somme raisonnable, aux genres clé du cinéma, comme le *western*, ou à des aventures inédites de héros récurrents, comme le *Lone Ranger*, sans en passer par l'accord des parents. Dans cette perspective, l'arrivée de la télévision offre de nouvelles opportunités aux *comic books* qui vont novelliser les premières séries comme ils avaient adapté auparavant les films à succès¹⁵. Acteurs et producteurs observaient de leur côté d'un œil favorable le développement de ces déclinaisons imprimées, qui contribuaient à la promotion des œuvres. Ainsi, à partir de la fin des années 1940, la multiplication des magazines de *comics* mettant en scène les succès de la télévision comme ils avaient exploité quelques années avant ceux du cinéma, manifeste cette manière qu'avait ce support de diffusion peu coûteux et plus accessible que la télévision de tirer parti de la fascination pour ce nouveau média. Cinéma et télévision du pauvre, le *comic* s'en affirme la version portative et privée, buissonnière si l'on veut, permettant aux enfants rêvant de posséder un poste ou à ceux souhaitant en prolonger l'usage loin du regard des parents, de retrouver les héros et les programme à la mode dans des aventures inédites.

Mais ce succès des adaptations en bandes dessinées de l'univers de la télévision doit sans doute aussi être lu comme le résultat du sentiment d'une menace que représenterait ce nouveau média, particulièrement attractif pour ce jeune public auquel sont très largement

¹³ Alvin H. Marill, *Television Westerns; Six Decades of Sagebrush Sheriffs, Scalawags, and Sidewinders*, Lanham, Toronto, Plymouth, The Scarecrow Press, 2011.

¹⁴ Jared Gardner, *Projections; Comics and the History of Twenty-First Century Storytelling*, Stanford, Stanford University Press, 2012, chapitres I et II, et Blair Davis, *Movie Comics; Page to Screen, Screen to Page*, New Brunswick et Londres, Rutgers University Press, 2017, chapitres II et IV.

¹⁵ Blair Davis, *Ibid.*

destinés les *comics books*¹⁶. La montée en puissance de la télévision va se traduire par une baisse sensible des ventes, lors même qu'auparavant les *comic books* n'avaient cessé de voir leurs succès s'accroître. Elle coïncide en outre avec la campagne de presse de la fin des années 1940 contre ces publications pour la jeunesse, qui aboutira en 1954 à la création du *Comics Code*, et accroîtra la crise de ce type de publications¹⁷. Investir l'univers de la télévision, c'est donc négocier avec un média de plus en plus puissant.



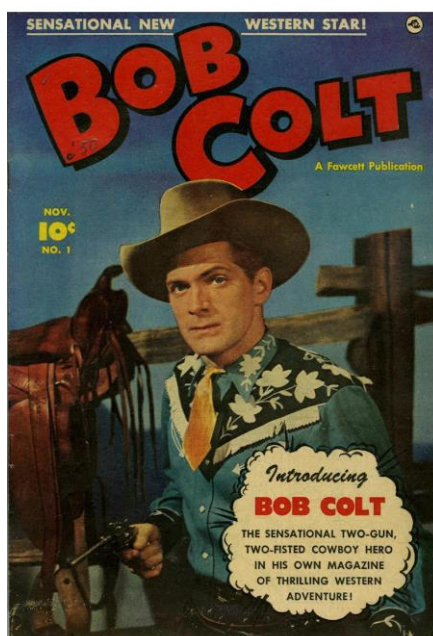
Série de couvertures : *Dale Evans Comics*, 479, Dell Comic, 1953 ; *Rex Allen*, 316, Dell Comic, 1951 ; *Ken Maynard Western*, 3, Fawcett Publication, 1951 ; *Lash LaRue Western*, 3, Fawcett Publication, 1950

Or, cette négociation des *comic books* avec le nouveau média télévisuel produit un corpus atypique, le *comic book* d'acteurs *western*, illustrant d'importantes transformations culturelles et médiatiques. En effet, ces *comic books* ne déclinent pas en bandes dessinées les exploits de personnages de *westerns* comme le font ceux qui reprennent les aventures de Hopalong Cassidy ou du Lone Ranger, mais ils traitent des acteurs eux-mêmes comme s'ils étaient réellement leurs personnages, leur faisant vivre des aventures sur la *frontier*, dans une confusion entre fiction et réalité. Or, une telle pratique, qui pose des problèmes à la fois pour la compréhension des mécanismes transmédias et pour la réflexion sur la relation que nous entretenons avec la fiction dans la culture sérielle, a connu un succès considérable dans les années 1950. William Boyd, Buster Crabbe, Lash LaRue, Whip Wilson, Ken Maynard, Rex Allen, Tex Ritter, Tom Mix, Buck Jones (pourtant morts respectivement en 1940 et 1942), Tim Holt, Allan « Rocky » Lane, Monte Hale, Bob Steele, Gene Autry et bien sûr John

¹⁶ Jean-Paul Gabilliet, *Des Comics et des hommes ; Histoire culturelle des comic books aux États-Unis*, Nantes, Éditions du temps, 2005.

¹⁷ *Ibid.*

Wayne forment ainsi une cohorte d'acteurs qui donnent chacun leur nom à des périodiques de *comics books* contant de numéro en numéro leurs aventures (**Image 1**). La vogue est telle que, dans le domaine du *western*, chaque acteur tant soit peu connu se retrouve associé à une collection de *comics* – jusqu'aux comédiens spécialisés dans le rôle de *sidekicks* burlesques, comme Andy Devine ou Gabby Hayes. Certains chevaux eux-mêmes ont pu inspirer des magazines, comme *Champion* la monture de l'acteur Gene Autry¹⁸. Parallèlement à ces titres dédiés à un seul acteur, il existait des périodiques qui offraient dans chaque numéro les aventures de plusieurs acteurs de *western*, comme *Western Roundup* chez Dell, ou *Western Hero*, de l'éditeur Fawcett. Pour répondre à la soif de ses lecteurs pour ce type d'œuvres, Fawcett ira jusqu'à inventer un faux acteur de cinéma, *Bob Colt*, « *sensational western star* » dont le portrait photographique s'affichait en couverture, créant l'un des premiers exemples de *star* virtuelle¹⁹ (**image 2**). Une telle floraison de titres manifeste une véritable vogue sérielle, produisant, pour un court laps de temps, un genre médiatique, le *comic* d'acteurs *westerns*²⁰.



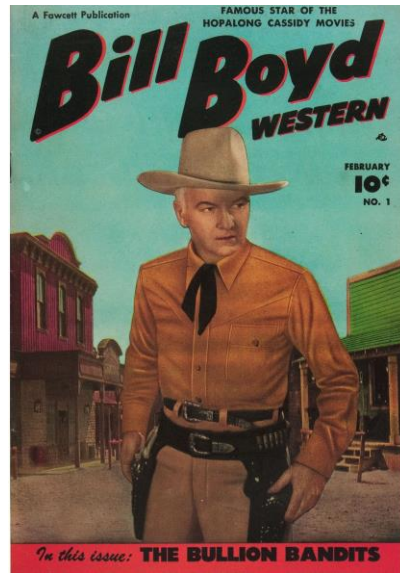
Im. 2 : *Bob Colt*, 1, Fawcett Publication, 1950

¹⁸ De même, *Black Jack*, le cheval de Rocky Lane et *Trigger*, celui de Roy Roger, donnèrent-ils leur nom à une série de *comics*.

¹⁹ Il avait été précédé par *Rex Hart*, « *your favorite western star* », créé en 1949 par *Marvel*.

²⁰ Nous renvoyons, en annexe de cet article, à la liste non exhaustive de ces périodiques et à leurs dates de lancement.

Entre viralité de l'information et circulation de la fiction, le double processus transmédiatique des *comics* d'acteurs.



Im. 3: *Bill Boyd Western*, 1, Fawcett Publication, 1950

La spécificité de ce type de *comics* repose sur un principe de confusion entre l'intérêt pour le référent réel (l'acteur et le monde d'Hollywood) et pour le référent fictionnel (le personnage et le genre du *western*). De fait, les bandes dessinées supposent de ne pas différencier totalement l'univers de l'acteur et celui des personnages qu'il incarne. Ce n'est pas Hopalong Cassidy que suit le lecteur du magazine *Bill Boyd* (**Image 3**), mais un *cow boy* du nom de Bill Boyd. Et même si Bill est bien le diminutif de William, ce n'est pas non plus tout à fait William Boyd, l'acteur qui joue le rôle d'Hopalong Cassidy, dont on découvre les aventures puisque le Bill Boyd des bandes dessinées vit au far west, où il jouit de la réputation d'un justicier sans failles chevauchant un fier coursier. Autrement dit, dans les *comics*, Bill Boyd se situe entre l'acteur, son double réel, et Hopalong Cassidy, son double fictionnel. On reconnaît pourtant nettement les traits du comédien, comme on identifie ceux de John Wayne, de Roy Roger et des différentes stars dans les magazines qui portent leur nom (**image 4**). D'ailleurs, les couvertures de ces périodiques optent presque toutes pour une représentation photographique de l'acteur-personnage – ici Lash LaRue, là Johnny Mack Brown, ailleurs la trogne comique de Gabby Hayes – insistant sur l'identité de l'individu réel et du personnage. Mais la présence de stars souriant en couverture s'inscrit également dans la lignée des journaux pour adolescents qui fleurissent à l'époque (*Calling All Girls*, *Calling All Boys*,

Keen Teens, etc.) et qui, à côté de quelques bandes dessinées, offrent généreusement des informations sur les acteurs, chanteurs et comiques du temps. Derrière les intrigues *western*, se mettent en place des mécanismes propres à cette culture de célébrité qui se développe rapidement dans la première moitié du XXe siècle²¹.



Im. 4 : Cases tirées de « Bill Boyd and the Bullion Bandits », *Bill Boyd Western*, 1, Fawcett Publication, 1950 ; « Festival of Crime », *John Wayne Adventure Comics*, 5, Toby Press, 1950 ; « Roy Rogers and the Wolves of Little Moab », *Roy Rogers Comics*, 177, Dell Publishing, 1947

Si le lecteur veut retrouver l'acteur dans le *comic book*, c'est bien parce que celui-ci contribue à cinématographier l'expérience du récit. A une époque où le *western* est le genre-roi de la télévision, la bande dessinée s'inscrit toujours dans une logique d'adaptation : elle s'inspire des costumes, des décors et des cadrages des films et, loin de chercher à se singulariser, tente de retrouver l'expérience du cinéma (**image 5**). Choisir de donner au héros les traits et le nom de l'acteur, c'est donc renforcer cette expérience transmédiatique que les *comics western* se proposent toujours d'offrir au lecteur. On peut le démontrer par l'absurde. Si on laisse de côté la couverture photographique et le souci des dessinateurs de reproduire scrupuleusement les traits de l'acteur, rien ne différencie ces périodiques des autres bandes dessinées *western* qui fleurissent à l'époque. Ni les intrigues, ni l'organisation de la page, ni le style du dessin. On retrouve les mêmes affrontements avec des bandes d'*outlaws* plus ou moins patibulaires, les mêmes duels, les mêmes bagarres. Quant au dessin et à la mise en page, ils sont réalisés en général par des auteurs de seconde zone, ne brillant pas par leur originalité. Leur style n'est ni plus ni moins influencé par les *westerns* de série B et les séries télévisées que l'est celui des autres *comics western*, puisqu'à l'époque, tous les *comics*

²¹ Anthony Slide, *Inside the Hollywood Fan Magazine ; A History of Star Makers, Fabricators, and Gossip Mongers*, Jackson, University Press of Mississippi, 2010.

démarquent les conventions des productions audiovisuelles. Que reste-t-il alors de spécifique à ce genre ? Pas grand-chose en apparence. Mais c'est pourtant l'essentiel. L'obsession du visage et du nom est révélatrice de la nature médiatique du genre, et du jeu recherché entre les référents réels et fictionnels : pour le lecteur qui choisit d'acheter un numéro de *Rex Allen Comics* ou de *Ken Maynard Western* plutôt que de *Prize Comics Western* ou de *Billy the Kid Adventure Magazine*, c'est la question de l'acteur qui fait la différence. C'est lui qu'il veut retrouver – l'homme, sa personnalité, son actualité, voire les informations sur sa vie privée. Rien de tout cela n'est présent dans le *comic book* mais, indissociable de la *persona* de la *star*, l'ensemble de ces informations s'invite dans l'œuvre et participe au plaisir du lecteur. En ce sens, ces *comic books* s'inscrivent dans une culture de la célébrité, au même titre que les journaux consacrés aux *stars* qui fleurissent à l'époque²².



Im. 5 : Série de cases tirées de « Hangman's Bait ! », *Bob Steele Western*, 1, Fawcett Publication, 1950

Si la télévision favorise un tel croisement entre l'attrait pour l'individu réel et celui pour l'imaginaire sériel du *western*, c'est que, comme la radio à l'époque, elle offre à la fois

²² Si l'on en croit Anthony Slide, l'éditeur Dell comptabilisait d'ailleurs ses *comic books* d'acteurs dans les chiffres de vente de ses publications à destination des amateurs de cinéma (Anthony Slide, *Inside the Hollywood Fan Magazine*, *op. cit.*, chapitre 9).

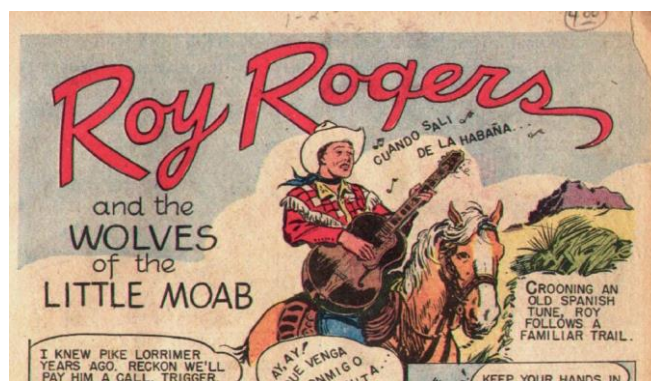
des fictions et des émissions d'information. Comme dans le cas de la radio, l'expérience sérielle qu'implique la grille de programmes et ses rendez-vous réguliers produit une familiarité avec ses présentateurs, ses acteurs de dramatiques et leurs personnages. Mais par rapport à la radio, la télévision s'impose comme média visuel, rendant beaucoup plus présentes les célébrités, y compris quand celles-ci existent essentiellement à travers les personnages qu'elles incarnent. Autrement dit, si dans les années 1950, se développent des récits qui manifestent la confusion entre la *star* et le personnage stéréotypé, ces deux figures construites médiatiquement, c'est sans doute parce que, avec la télévision, s'imposent dans tous les foyers de nouvelles célébrités, plus proches du public. De fait, la logique de sérialisation qu'impose le système des programmes télévisés se traduit par un retour régulier de l'acteur et de son rôle à l'écran, produisant un effet de familiarité avec l'un et l'autre à la fois. Or, en régime médiatique, ce sentiment de familiarité avec l'acteur n'est pas fondamentalement plus réel qu'avec le personnage. L'acteur a beau exister, et paraître régulièrement à l'écran, aucune interaction n'est possible avec lui. Pour le jeune consommateur, la rêverie sur le monde des *stars* et sur Hollywood est largement aussi fantasmatique que celle sur la *frontier* et les *cow boys*.

Mais si une telle confusion entre l'acteur et le rôle s'est développée dans les années 1950, c'est aussi parce que bien des dispositifs mis en place sur le petit écran s'y prêtent. Si, dans les séries d'aujourd'hui, le personnage peut éclipser l'acteur, le fonctionnement de la télévision dans les années 1950 tend à favoriser l'attachement pour l'acteur, car c'est lui qui est au centre de l'émission, assurant l'unité entre des récits à personnages hétérogènes d'un épisode à l'autre²³. En parallèle, tout était fait pour rendre trouble la frontière entre l'univers de fiction et le monde du comédien. Ainsi, nombreuses étaient les émissions à faire de l'acteur à la fois le présentateur et le personnage de récits brefs, à l'instar de Buffalo Bob [*sic*], qui accompagnait la marionnette *Howdy Doody*, ou de Gabby Hayes, qui présentait en costume et dans un décor de *far west* des extraits de films comme s'il s'agissait de souvenirs personnels. C'est un dispositif similaire qui prévalait dans l'émission de Lash LaRue, *Lash of the West*, ou dans le *Tim McCoy Show*, où l'acteur racontait, face à l'écran, des anecdotes de l'Ouest. Dans les fictions elles-mêmes, des procédés favorisaient la confusion entre les référents, Ainsi, Gene Autry vivait sous son nom des aventures dans le *Gene Autry Show*, et Roy Rogers et Dale Evans jouaient également leur propre rôle dans les aventures *western* à cadre

²³ Cela vient de ce que les séries reprenaient souvent en les adaptant des films de série B à l'origine indépendants les uns des autres.

contemporain du *Roy Rogers Show*²⁴. Dans tous les cas, il s'agissait d'exploiter cette relation particulière avec les comédiens qu'introduisait la télévision dans les foyers en insistant, par rapport au cinéma, sur une forme de familiarité produite par les rendez-vous réguliers.

Les *comics* importent-ils de la télévision cette oscillation entre un intérêt pour les célébrités médiatiques et un goût pour le genre du *western*. Ce que le lecteur recherche, c'est un équivalent de l'expérience télévisuelle dans laquelle il retrouve à la fois le comédien et le personnage. Autrement dit, ce qui est adapté, c'est une réalité sémiotique saisie dans sa totalité, celle à la fois du récit et de la matérialité de l'expérience médiatique. Et, de fait, dans les bandes dessinées, Roy Rogers (l'un des *singing cowboys* du cinéma) est fréquemment représenté fredonnant un morceau guitare à la main (**image 6**), Lash LaRue, connu pour son art du fouet, utilise sans cesse ce talent, Dale Evans, *cowgirl* de *westerns* familiaux, est autant figurée en cuisine que le pistolet au poing, et Gabby Hayes, *sidekick* comique au cinéma, vient à bout de ses adversaires par des ruses farcesques. Si les *comics* traitent les acteurs comme des personnages, c'est parce que ceux-ci tendent à être présentés de la même manière sur la scène médiatique.



Im. 6: Case tirée de « Roy Rogers and the Wolves of Little Moab », *Roy Rogers Comics*, 177, Dell Publishing, 1947

Ce n'est pas seulement un monde, ses personnages et les conventions architextuelles qui les accompagnent qui sont repris, c'est un dispositif total, associant le récit et ses conditions d'existence, incluant le tournage, les acteurs, et ce monde hollywoodien qui fait la une des magazines. Il n'y a pas que la fiction qui circule dans les productions transmédiatiques. Il y a aussi une part de réel, et ce réel met en jeu d'autres éléments d'attraction, ceux d'une culture médiatique non fictionnelle. Il est naturel que ce soit dans la

²⁴ Alvin H. Marill, *Television Westerns*, *op. cit.*, chapitres I et II.

figure de la *star* que se manifeste cette relation double aux imaginaires médiatiques. Celle-ci s'inscrit en effet elle-même dans une logique sérielle (l'acteur de *western* joue toujours un rôle similaire, même si c'est à travers des personnages différents) et transmédiateur (son visage est décliné au cinéma, à la télévision et dans la presse). Ce que le cas de l'acteur rend manifeste, c'est que la sérialisation et le processus d'adaptation se jouent à la fois au niveau de la fiction et de l'actualité médiatique.

Célébrité, transmédialité et sérialité en régime médiatique.

En réalité, si on veut comprendre le lien qui existe entre culture de la célébrité, circulation transmédiateur et dynamique sérielle, il convient de l'observer sur le long terme. Dès les premières décennies du XXe siècle, le cinéma narratif va s'engager dans ces trois directions à la fois. Les conditions de tournage des films vont inciter les réalisateurs à s'inspirer les uns des autres, favorisant une incroyable dynamique de sérialisation des imaginaires, par exemple dans le cinéma comique ou criminel²⁵. Ce mouvement sera diégétisé dans les films à épisodes en France et les *serials* aux États-Unis²⁶. En parallèle, les producteurs cherchent à exploiter les succès romanesques en les adaptant en film, ou à favoriser les novellisations des films en feuilleton. C'est ce qui va donner ces formes hybrides que sont les ciné-romans en France²⁷ et aux États-Unis les sorties synchrones de fictions sous forme de feuilletons publiés dans la presse et de *serials*²⁸. A la même époque, les studios comprennent qu'ils ont tout intérêt à valoriser leurs acteurs pour en faire les têtes d'affiche de leurs productions²⁹. Très vite, la presse va exploiter cette fascination pour les stars dans les périodiques spécialisés³⁰. En outre, pour accroître ce sentiment de familiarité du spectateur avec les acteurs maison, et ainsi le fidéliser avec leurs productions, les firmes vont adopter

²⁵ Sur le processus de sérialisation du cinéma criminel, voir Alain Carou et Matthieu Letourneux, « Entre attraction, narration et culture médiatique, le premier cinéma criminel », 1895, printemps 2015.

²⁶ Christophe Trebuil, *Un Cinéma aux mille visages ; Le Film à épisodes en France, 1915-1932*, Paris, AFRHC, 2012, et Monica Dall'Asta, *Trame spezzate ; Archeologia del film seriale*, Gènes, Le Mani, 2009.

²⁷ Alain Carou, *Le Cinéma français et les écrivains*, Paris, École des Chartes/AFRHC, 2003.

²⁸ Shelley Stamp, *Movie-Struck Girls ; Women and Motion Picture after the Nickelodeon*, Princeton, Princeton University Press, 2000, chapitre III.

²⁹ Richard deCordova, *Picture Personalities, The Emergence of the Star System in America*, Urbana et Chicago, the University of Illinois Press, 2001.

³⁰ Anthony Slide, *Inside the Hollywood Fan Magazine*, *op. cit.*

une autre stratégie, visant à associer durablement les acteurs à des rôles spécifiques. Une telle stratégie va favoriser la confusion entre le comédien et les personnages qu'il incarne : Charles Chaplin est le *tramp* comique, Jackie Coogan le gamin malicieux, Lillian Gish la jeune fille innocente, William S. Hart le cow boy austère... Dans une logique de concurrence et de sérialisation des imaginaires, chaque firme cherche à valoriser au sein de son écurie d'acteurs une jeune fille innocente, un acteur de rôles physiques et surtout un ou des personnages comiques. Pour ces derniers, la tradition est plus ancienne, puisqu'on la retrouve déjà dans le *music-hall*, avec des artistes variant leurs numéros à partir de routines, au point de construire sur le long terme un personnage³¹. C'est aussi dans la culture du spectacle que vont se concevoir les figures de célébrité *western*, autour de la vogue des *Wild West Shows*³². Avec Buffalo Bill, Texas Jack ou Annie Oakley, va s'inventer toute une série de *persona* médiatiques, à la fois héros de l'Histoire, comédiens et personnages de fiction. Exploitant cette confusion entre l'acteur-star et son rôle, les *dime novels* vont narrer les exploits de ces héros « authentiques » de l'Ouest, dans une multitude de romans, contribuant à leur célébrité en même temps qu'ils les constituent en personnages fictifs³³. De même, dès 1915, des périodiques américains puis britanniques vont lancer des récits en images centrés sur les exploits d'acteurs comiques, comme Charlie Chaplin, Buster Keaton ou Harold Lloyd (**image** **7**)³⁴.

³¹ Rae Beth Gordon, *De Charcot à Charlot ; Mises en scène du corps pathologique*, Rennes, Presses Universitaires de Rennes, « Le Spectaculaire », 2013.

³² Richard Slotkin, *Gunfighter Nation ; The Myth of the Frontier in Twentieth-Century America*, Norman, University of Oklahoma Press, 1998.

³³ Franco Cristofori et Alberto Menarini, *Eroi del romanzo popolare ; Prima del fumeto*, deux volumes, Bologne, Edizione Edison, 1987.

³⁴ Graham King et Ron Saxby, *Wonderful World of Film Fun*, *op. cit.* Par la suite, c'est un genre de bandes dessinées au succès durable qui se développera un peu partout dans le monde, the Three Stooges, Jerry Lewis, Woody Allen, ou les Charlots en France, ou Toto en Italie.



« No Wedding Bells For Him », *Charley Chaplin Comic Capers*, Keeley-Handy Syndicate, 1915

On peut expliquer en partie ce lien entre l'histoire de la figure du comique et celle de l'acteur *western* par le fait que ce sont des rôles qui privilégient historiquement l'incarnation, à travers le corps burlesque ou le jeu musculaire. Dès les années 1920, certains critiques soulignent le caractère acrobatique du *western*, faisant du *cow boy* un athlète ou un gymnaste³⁵. Si, pour des raisons historiques, cette confusion du personnage et du rôle a pris une forme extrême dans le *western*, elle est un trait que l'on retrouvera dans toute l'histoire du cinéma d'action jusqu'aux années 1980, avec des acteurs comme Sylvester Stallone et Jean-Claude Van Damme³⁶. Elle était également présente auparavant, par exemple dans les années 1930, avec des acteurs comme Johnny Weissmuller ou Buster Crabbe.

C'est d'ailleurs pour cela que, dans les magazines de *comic books* qui les prennent pour héros, Buster Crabbe et John Wayne ont pu vivre tour à tour des aventures à des époques différentes, enchaînant, d'un numéro à l'autre, intrigues *western*, combats dans la jungle, scènes de guerre et affrontements dans l'espace. Cette manière de présenter les exploits d'un même héros dans des chronotopes hétérogènes, inconcevable si on s'en tient à la seule logique diégétique, se comprend aisément si l'on retient que l'unité attractionnelle des œuvres se situe à l'intersection des fictions et des imaginaires médiatiques non fictionnels. Le lecteur des numéros de *Buster Crabbe* ou de *John Wayne Adventure Comics* ne recherche pas seulement des aventures extraordinaires, il veut les associer à son acteur favori et à la gamme des rôles qu'il a privilégiés : outre le *western*, la guerre pour John Wayne, et la science-fiction et les aventures exotiques pour Buster Crabbe (**Images 8**). C'est l'expérience médiatique qui unifie

³⁵ Voir par exemple Albert Bonneau, qui évoque « les prises au lasso, les charges, les acrobaties, les combats à coups de revolver [et] les poursuites au milieu de tourbillons de poussière », « Les Films d'aventures », *Cinémagazine*, n° 33, 17 août 1923.

³⁶ Yvonne Tasker, *Spectacular Bodies ; Gender, Genre and the Action Cinema*, Londres et New York, Routledge, 1993.

la série des aventures et court-circuite le sentiment d'une absence d'unité diégétique. Et de fait, la star est une figure sérielle, déclinée dans des articles et des émissions, sur des affiches ou des photographies. La figure d'identification produisant l'unité architextuelle de la série de *comics* n'est donc pas tant le personnage (comme unité transfictionnelle) que l'acteur (comme unité médiatique), parce que c'est lui l'élément d'attraction de la mécanique transmédiate.



Série de couvertures de *Buster Crabbe*, 5, 1 et 8, *Famous Funnies Publications* (1951-1953)

Au cinéma puis à la télévision, l'acteur comique ou *western* hérite ainsi d'un principe de continuité du rôle inventé peu auparavant mais appelé à connaître un succès durable. Ainsi, sur les pages des magazines spécialisés dans l'actualité des *stars*, les acteurs *western* sont présentés en costume de *cow boys* et mettent en avant dans leur propos les valeurs de la *frontier*. Tout est fait pour que l'acteur et le rôle se confondent, jusqu'à ne faire qu'un, comme c'est le cas pour William Boyd avec Hopalong Cassidy³⁷. C'est ce qui explique que les comédiens adoptent si volontiers un pseudonyme qui les associe à leur personnage : « Lash » LaRue et Whip Wilson, rois du fouet, Allan « Rocky » Lane, le roc, ou Bob Steele, l'homme d'acier. On peut interpréter de la même façon le sobriquet comique de George « Gabby » Hayes, inventé par le studio pour devenir le prénom des différents personnages qu'il incarnera d'un film à l'autre (« Gabby Whittaker » sera le nom de son personnage dans quarante des films qu'il interprétera).

³⁷ Michael Kackman, "Nothing On But Hoppy Badges", *op. cit.*

La confusion entre la *persona* médiatique de l'acteur et le personnage sériel s'inscrit ainsi dans un processus qui voit s'articuler des logiques de sérialisation (personnages récurrents, films à épisodes, similarité des rôles de l'acteur), de transmédiation (novellisations, adaptations filmiques, circulation des imaginaires d'un support à l'autre) et de construction de la célébrité (construction de la *persona* de l'acteur et circulation de son image dans la presse suivant des principes de viralité). Par-delà l'exemple des *comics* d'acteurs, il apparaît que les phénomènes de transmédialité fictionnelle et non fictionnelle ont été inextricablement liés, et qu'ils se sont vus déclinés tout au long du XXe siècle. De fait, il y a fort à parier qu'on en trouverait trace, aujourd'hui encore, dans bien des caractéristiques de la culture transmédia contemporaine. Comment comprendre autrement le plaisir éprouvé par les *fans* de *Star Wars* quand, dans *Le Réveil de la force*, apparaît un Han Solo vieilli, sans l'associer à Harrison Ford endossant à nouveau un rôle abandonné depuis 1983 ? Comment comprendre l'attraction que représente les caméos d'acteurs connus dans les films ou les remakes ? Dans la pratique des franchises, comment analyser l'importance de la présence de l'image du comédien inlassablement déclinée dans une vaste gamme de produits dérivés ? Et par-delà les films, on pourrait aussi analyser bien des phénomènes de la culture médiatique, à travers le prisme de cet échange entre sérialités fictionnelles et non fictionnelles : les personnages façonnés par certaines *stars* de la pop musique ou de certaines sous-cultures (hip-hop, *heavy metal*) ou la relation particulière du public mexicain avec les vedettes de *lucha libre*, entre sportifs et héros de fiction, pour ne prendre que deux exemples, engagent ici encore une réflexion plus large sur la nature de nos relations aux imaginaires médiatiques.

Il ressort un certain nombre d'enseignements de nos analyses. Le plus important nous semble porter sur le principe même des dynamiques d'adaptation dans un régime de viralité généralisée. On a tort en effet de détacher l'analyse de l'adaptation des fictions de cet autre phénomène transmédiatique qu'est la circulation des discours non fictionnels : textes d'actualités, informations sur les célébrités, attirait pour le média lui-même sont ainsi déclinés au même titre que les univers et les personnages. Ils s'organisent en outre suivant des principes de sérialisation similaires à ceux qui prévalent dans les fictions : constitution en architexte (le rôle, la *persona* de l'artiste), éléments d'attraction mis en avant (le fouet, le costume, les chansons), et variations transmédiatiques. Tout invite à l'interaction entre les dynamiques transfictionnelles et la viralité de l'information. Avec l'avènement d'un média mixte comme la presse, mêlant référents fictionnels et réels, puis avec la radio, la télévision, et aujourd'hui internet et les médias sociaux, une telle confusion n'a pu qu'être favorisée. Elle

l'est d'autant plus quand la voix puis le physique de l'acteur s'imposent dans leur récurrence à travers des dispositifs sériels manifestant, derrière le retour du personnage, celui de l'individu réel qui l'incarne. Tous ces mécanismes se traduisent par l'assomption de figures au croisement des deux lignées, comme l'acteur de *western*, devenu dans les *comics* un personnage de fiction. Les hybridations sont alors d'autant plus fortes que la question de l'incarnation entre plus clairement en jeu – quand l'acteur se confond avec le rôle, ou quand son corps, dans sa matérialité physique, est investi par la fiction. Or, par-delà l'anecdote des *comics western*, un tel phénomène nous invite plus largement à penser les phénomènes transmédiatiques au-delà de la seule question de la circulation de narrations et d'univers diégétiques, pour interroger également la manière dont les adaptations restituent aussi une part de cette réalité mise en jeu dans les œuvres et les discours. Les anecdotes, les informations, les sujets à la mode ou les préoccupations du temps sont également pris dans cette logique transmédiatique de sérialisation, et il est naturel qu'on les retrouve aussi lorsqu'on étudie les productions fictionnelles. C'est un enjeu important pour les chercheurs que de restituer aussi ces phénomènes majeurs, au centre de la dynamique des imaginaires en régime médiatique.

Annexe

Liste des principaux magazines de *comic books* centrés sur des acteurs *western*. Les dates renvoient au premier numéro du périodique).

- Amazing Adventures of Buster Crabbe (Comic House, 1953)
- The Adventures of Alan Ladd (DC, 1949 *sqq.*)
- Andy Devine Western (Fawcett, 1950)
- Best of the West (Magazine Enterprises, 1951, mélange d'aventures d'acteurs et de *cow boys* de fiction)
- Bill Boyd Western (Fawcett, 1950)
- Bob Colt (Fawcett, 1950 – acteur fictif)
- Bob Steele Western (Fawcett, 1950)
- Buck Jones Comics (Dell Comics, 1951) – Buck Jones était apparu auparavant dans le magazine *Master Comics* (Fawcett, 1941).
- Buster Crabbe (Famous Funnies, 1951)
- Gabby Hayes Western (Fawcett, 1948)
- Gene Autry Comics (Fawcett, 1941)
- Gene Autry Comics (Dell, 1946)
- Gene Autry's Champion (Dell, 1950)
- John Wayne Adventure Comics (Toby, 1949)
- Johnny Mack Brown (Dell, 1950)
- Ken Maynard Western (Fawcett, 1950)
- Lash LaRue Western (Fawcett, 1949)
- Monte Hale Western (Fawcett, 1948)
- Queen of the West, Dale Evans (Dell, 1954)
- Real Western Hero (Fawcett, 1948), puis Western Hero
- Rex Allen Comics (Dell, 1951)
- Rex Hart (Marvel, 1949 – acteur fictif)
- Rocky Lane Western (Fawcett, 1949)
- Rocky Lane's Black Jack (Charlton, 1957)
- Rod Cameron Western (Fawcett, 1950)
- Roy Rogers Comics (Dell, 1948)
- Six Gun Heroes (Fawcett, 1950)
- Tex Ritter Western (Fawcett, 1950)

Tim Holt (Magazine Enterprise, 1948)

Tim McCoy (Charlton, 1948)

Tom Mix Comics (Ralston, 1940)

Tom Mix Western (Fawcett, 1948)

Western Roundup (Dell, 1952)

Whip Wilson (Marvel, 1950)

Wild Bill Elliott (Dell 1950)