



HAL
open science

Des romans aux films : James Bond et la culture de l'image

Julie Michot

► **To cite this version:**

Julie Michot. Des romans aux films : James Bond et la culture de l'image. MEI - Médiation et information, 2011, Littérature et communication : la question des intertextes, 33, pp.59-68. hal-03868110

HAL Id: hal-03868110

<https://hal.science/hal-03868110>

Submitted on 13 Feb 2024

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.

Des romans aux films : James Bond et la culture de l'image

Julie Michot¹

Université du Littoral

Résumé : Le personnage de James Bond, solidement ancré dans la culture médiatique, a d'abord été un succès de librairie. Depuis un demi-siècle, 007 crève aussi l'écran grâce à des scénarios qui se distinguent parfois fortement de l'esprit du romancier Ian Fleming, son créateur, et qui semblent surtout dictés par l'appât du gain. Quelles en sont les conséquences sur la représentation du héros ? Puisque l'image semble avoir pris le pas sur le texte d'origine, ces modes d'expression purement visuels font-ils oublier les romans ou servent-ils le personnage en lui donnant plus de poids et en faisant de lui une sorte d'iconotexte ?

MOTS-CLES : adaptation, roman, cinéma, James Bond, iconotexte

Abstract: The character of James Bond has deep roots in media culture but was first a bestseller. For half a century now, 007 has also been a movie star thanks to scripts sometimes completely opposed to the spirit of his creator, novelist Ian Fleming; these scripts seem to be dictated mainly by greed. What are the consequences on the hero's portrayal? Since images seem to have overwhelmed the original text, we can wonder if these purely visual ways of expression have taken the place of novels or if they help the character acquire more weight, making him become a kind of iconotext.

KEYWORDS: adaptation, novel, films, James Bond, iconotext

Le nom de James Bond 007 évoque surtout le cinéma. C'est en 1962 qu'est sorti *Dr. No*, avec Sean Connery. La saga compte à ce jour 22 films officiels et semble éternelle puisqu'à la fin de chaque opus, une suite est promise au spectateur. Mais le public français en oublie parfois que 007 a d'abord été un personnage de papier né de l'imagination du romancier anglais Ian Fleming. Année après année, les adaptations à l'écran ont certes favorisé les rééditions des

¹ Julie Michot est Maître de Conférences en section 11 à l'Université du Littoral- Côte d'Opale depuis 2006 et responsable de la section LEA de Boulogne-sur-Mer depuis 2009. Ses domaines d'enseignement et de recherche sont la civilisation britannique et le cinéma anglophone.

livres, mais avec des photogrammes en couverture,² ce qui tend à prouver que cette littérature ne peut plus se passer de l'image et a donné naissance à une sorte d'iconotexte.

Ian Fleming était présent sur le tournage des trois premiers « James Bond », mais il est décédé un mois avant la sortie de *Goldfinger* et n'a donc pu continuer à conseiller les acteurs sur le plateau. Le créateur de James Bond disait : « Mes histoires sont plutôt fantastiques, même si elles s'inspirent souvent de la réalité. Elles sont extravagantes et dépassent le domaine du probable mais pas, selon moi, celui du possible » (« Ian Fleming et James Bond », 29 mai 2008, en ligne). Pourtant, si l'on regarde les productions de ces dernières années, on constate qu'elles ont tendance à se standardiser, et l'appât du gain semble justifier un recours quasi systématique aux effets spéciaux ultra-perfectionnés, aux scènes à (trop) grand spectacle et aux scénarios parfois invraisemblables, d'autant plus que, depuis 1989, la plupart des films ne sont plus tirés des récits de Fleming puisqu'ils ont déjà tous été exploités. La question est alors de savoir quels codes régissent l'écriture des scripts.

Y aurait-il deux James Bond, celui des livres d'origine et celui du cinéma, c'est-à-dire celui du monde de l'image ? En se concentrant essentiellement sur l'adaptation de *Dr. No*,³ le présent article s'intéresse à ce qui reste de l'œuvre de Fleming après le passage à l'écran, ainsi qu'à l'émergence d'un intertexte en grande partie iconographique.

La portée du premier film : *Dr. No*

Ian Fleming a écrit 12 romans et 9 nouvelles de James Bond publiés entre 1953 et 1966. Il a cédé les droits de ses récits dont la trame romanesque se retrouve généralement à l'écran, à une exception près. Tous les James Bond « officiels » ont été produits par Harry Saltzman et Albert (dit Cubby) Broccoli ou, depuis leur mort, par leurs héritiers (Evin, 2008, p. 152). Les producteurs se sont souvent entourés des mêmes collaborateurs pour les décors, le générique et, bien sûr, le script, ce qui assure une certaine continuité (Evin, 2008, pp. 156-159). *Dr. No*, sixième livre de la série, est le premier à avoir été adapté. Ce film à petit budget a connu un succès inattendu. Les films suivants, avec une mise de départ toujours plus audacieuse, ont rapporté plus que l'original (Evin, 2008, pp. 18 ; 62-66).

Si Fleming était extrêmement populaire auprès des lecteurs anglophones, il était relativement peu connu dans l'Hexagone au moment de la sortie de *Dr. No*. Mais à partir de cette date, les

² Il sera intéressant à ce titre, dans un futur article, de se pencher sur les couvertures des différentes éditions de poche qui présentent des photos des films.

³ Se concentrer sur la première adaptation cinéma permet d'évoquer l'évolution du genre. De plus, ce long métrage est une référence ; il a posé les jalons et ouvert la voie au personnage cinématographique de James Bond.

« James Bond » sont devenus des *best-sellers* ; en couverture des premières éditions de poche chez Plon, on peut voir un célèbre dessin de Sean Connery tenant son arme. Pour les lecteurs français, le personnage des romans et le premier acteur à l'avoir incarné ne faisaient – voire ne font toujours – qu'un, et ils ont *vu* ses aventures avant de découvrir la littérature qui les inspirait, ce qui veut dire que dans leur cas, ce sont les images et non la culture livresque qui ont forgé leur représentation de Bond.

Malgré les nombreux points communs entre le personnage et son créateur, les acteurs et collaborateurs du premier film s'accordent à dire que le style 007 viendrait plus de la patte de son réalisateur Terence Young, et on a l'impression que le romancier n'a été qu'un simple spectateur du tournage. Mais peut-être n'a-t-il pas trouvé à redire parce que Young et les producteurs souhaitaient que le résultat soit fidèle au livre. Qu'en est-il vraiment ?

Si le roman *Dr. No* a fourni la trame du film, on note tout de même des différences frappantes et qui montrent que, dès 1962, on avait compris que les spectateurs des salles obscures ne seraient pas séduits avec les mêmes recettes que les lecteurs.

Les femmes

L'adaptation est marquée par une certaine réserve sur le plan érotique, ce qui est bien compréhensible pour un film grand public des années 60. Dans le livre, lors de sa première apparition, Honey est entièrement nue alors qu'Ursula Andress est vêtue de son célèbre bikini.⁴ Dans le roman, reçu par le gouverneur de la Jamaïque, 007 s'entend dire, d'un ton condescendant : « Certains de vos (...) collègues semblent incapables de se tenir tranquilles, dès que paraît le moindre jupon ». Fleming ajoute : « De toute évidence, Bond était compris dans cette *navrante* catégorie d'individus » (Fleming, 1964, p. 77).⁵ Ce qui est présenté comme un motif de fierté dans les films est donc perçu comme une insulte dans les livres : Bond a certes du succès auprès des femmes mais ne joue pas à ce jeu-là.

Alors que les récits débutent souvent par des descriptions de paysages, les films commencent généralement d'une manière toute différente : Bond, dans les bras d'une nouvelle conquête, est dérangé par un appel urgent de son patron. Quant aux scènes finales, elles présentent également 007 en éternel séducteur goûtant un repos bien mérité, à nouveau en compagnie d'une jolie femme. Jacques Zimmer écrit : « Là où le héros de Fleming ne manifestait qu'une

⁴ (Ce qui ne veut pas dire pour autant que la scène n'a pas marqué les esprits !) De même, dans *Goldfinger*, le personnage de Pussy Galore est largement édulcoré (à commencer par le fait que son nom si suggestif n'est pas traduit dans la version française).

⁵ L'italique a été ajouté.

attitude somme toute courante, Sean Connery puis Roger Moore affichent un véritable délire viril qui (...) louche vers une misogynie des plus évidentes » (Zimmer, 1989, p. 29 ; voir aussi p. 23).

Le Bond cinématographique séduit parfois les femmes pour obtenir d'elles des informations, même s'il sait qu'elles paieront de leur vie leur trahison. Chez Fleming, il fait moins de ravages, au propre comme au figuré. Pour reprendre l'exemple de *Dr. No*, sur l'île de Crab Key, Bond refuse l'invitation de Honey à partager son sac de couchage. Le héros des films, lui, ne résisterait jamais à la tentation et n'attendrait sans doute pas qu'on l'invite.

Au cinéma, les *James Bond Girls* sont souvent des femmes-objets, mais il en va tout autrement à l'origine. Malgré son côté enfantin et fragile, c'est bien Honey qui, dans le marais, trouve le moyen d'échapper aux gardes ; dans le film, c'est Bond qui sauve le trio. Sous la plume de Fleming, la jeune femme, condamnée à être dévorée par des crabes, s'en sort toute seule ; croyant James mort et plutôt que de s'enfuir, elle n'a qu'une idée en tête : trouver le Docteur No et le tuer. À l'écran, l'héroïne doit mourir noyée par l'eau qui monte et c'est évidemment 007 qui vient la délivrer. Au cinéma, le personnage féminin, beaucoup plus stéréotypé, est donc bien là pour « faire joli », mais très peu pour penser, agir ou aider James Bond.

La publicité faite autour des films (photos de plateau, d'exploitation, affichettes ou affiches) étaye bien cette thèse. Il suffit de passer en revue les affiches dessinées des années 60 et 70, véritables œuvres d'art soignées dans les moindres détails et sur lesquelles les femmes abondent, souvent à demi nues, comme pour attirer les spectateurs masculins dans leurs filets : la célèbre affiche de *Dr. No* destinée aux pays anglophones présente une Ursula Andress démultipliée et espiègle. L'affiche française quelque peu désuète mais très révélatrice de *Goldfinger* montre Sean Connery au premier plan luttant avec l'un de ses ennemis en ayant clairement l'avantage, et Pussy au second plan, croisant les doigts, son regard inquiet fixé sur 007. Souvent, les femmes sont entièrement soumises à Bond : que penser de l'affiche d'*Opération Tonnerre* qui présente le héros un harpon à la main et trônant au milieu d'un essaim de jolies filles littéralement à ses pieds, ou de celle d'*On ne vit que deux fois* sur laquelle pas moins de huit créatures dévouées font prendre un bain à Bond ? La violence mais aussi le sexe (toujours suggéré) et le côté irrésistible du héros sont les ingrédients indispensables des films : ils permettent aux spectateurs de s'identifier aux protagonistes dès le début de la projection et même parfois plus tôt, en regardant simplement l'affiche.

Changements flagrants de style

Les affiches et films de James Bond sont-ils donc tellement éloignés de notre quotidien ? Les

différences de style entre les romans et les adaptations au cinéma ne concernent pas seulement *Dr. No* et elles se sont creusées avec le temps. Si Ian Fleming voulait que les lecteurs croient à ses récits et privilégiait donc la vraisemblance, les productions les plus récentes semblent avoir fait totalement abstraction de cette exigence. La séquence pré-générique de *GoldenEye* met l'accent sur le sensationnel en présentant un Pierce Brosnan qui plonge dans le vide sans parachute, rattrape un petit avion en vol dont la porte est ouverte, s'y introduit et parvient de justesse à redresser l'appareil pour ne pas s'écraser dans un ravin. Il est évident que Fleming n'aurait jamais écrit un passage aussi peu crédible.

Mais bien avant les années 90, une certaine distance avait déjà été prise par rapport aux romans, notamment avec les films dans lesquels Roger Moore tient la vedette : ils contiennent une grande dose d'humour, pas toujours très subtil et parfois digne d'un film familial, comme dans le premier long métrage de cet acteur, *Vivre et Laisser Mourir*, où un bus perd son impériale en passant sous un pont trop bas.

De plus, dans ce même film, le personnage incongru du shérif Pepper vient apporter des parenthèses assez peu judicieuses, voire complètement absurdes. « Le choix de faire figurer (...) Pepper dans un film de James Bond a fait pâlir les puristes (...). [Mais] Pepper a eu tellement de succès auprès des foules qu'il a refait une apparition [de même nature] dans le film suivant » (Pfeiffer et Worrall, 2003, pp. 91-92).⁶ Les producteurs ont fini par reconnaître leur grossière erreur (Pfeiffer et Worrall, 2003, p. 101) mais le shérif a tout de même bénéficié d'une longévité relative parce qu'il permettait de faire recette – et tant pis pour l'esprit du créateur de James Bond. Voilà un très bon exemple de dénaturation de l'œuvre de Fleming à des fins commerciales, cette « instrumentalisation du culturel au profit du consumérisme » qu'évoque Gilles Lugin en conclusion à son ouvrage sur l'intertextualité (Lugin, 2006).

Surprendre les spectateurs, les faire rire mais aussi les faire rêver par des images fortes en exagérant les prouesses du héros, voilà d'autres caractéristiques évidentes des films. L'affiche américaine de *Rien que pour vos yeux* proclame d'ailleurs que « personne ne peut égaler James Bond ». ⁷ Aussi le 007 de cinéma est-il presque un surhomme alors que ce n'est pas du tout sous ces traits que son créateur le décrivait.

Un homme banal ?

L'arme principale du Bond de Fleming, c'est son intelligence et sa force physique et mentale, et

⁶ Ma traduction.

⁷ Ma traduction.

non une pléiade de gadgets comme dans les films, gadgets auxquels l'une des affiches d'*On ne vit que deux fois* fait la part belle.⁸ Si le tempérament du personnage s'en ressent, on note en outre des différences d'interprétation frappantes. Roger Moore est accessible, sympathique mais pas toujours sérieux, alors que le héros créé par Fleming et campé par Sean Connery l'est on ne peut plus et se montre posé et froid (Zimmer, 1989, p. 17).

Pourtant, aucun scénario ne reproduit le James Bond des romans à l'identique (Zimmer, 1989, p. 20), car le personnage romanesque donne parfois l'impression d'être un homme comme un autre. Un passage du livre *Au Service Secret de Sa Majesté* révèle les faiblesses du « vrai » James Bond qui semble vouloir fuir la réalité, abuse de l'alcool non tant par plaisir que pour résister à une trop grande pression, et prend des somnifères (Fleming, 1965, p. 96).⁹

Il est également surprenant de constater que le Bond des romans n'est pas obligé de tuer à chaque instant pour sortir victorieux de ses aventures.¹⁰ Dans *Dr. No*, James Bond a déjà laissé un cadavre derrière lui au bout de quelques minutes de film : un homme qu'il menace de son arme pour obtenir des informations ingère du cyanure. Une mort instantanée et spectaculaire beaucoup plus frappante que plusieurs lignes de récit.

Enfin, 007 paraît vulnérable chez Fleming. Dans une scène de *Dr. No*, il se réveille au milieu de la nuit car une tarentule a été glissée dans son lit. Dans le livre, il s'agit d'un scolopendre venimeux. La description de 5 pages (Fleming, 1964, pp. 96-100) est effrayante, voire écœurante ; le suspense est insoutenable et James Bond connaît une peur intense – ses cheveux se dressent sur sa tête au sens physique du terme. À l'écran, Bond tue l'araignée sans que la caméra ne fasse de gros plan sur le résultat alors que Fleming nous raconte l'agonie de l'insecte dans les moindres détails, et le chapitre se clôt sur Bond qui va vomir à la salle de bains.

Si elles étaient adaptées fidèlement, les cinquante dernières pages ne seraient pas belles à voir non plus, notamment du fait des descriptions des nombreuses plaies ouvertes de Bond qui « hurle » régulièrement de douleur et est comparé à un animal (Fleming, 1964, p. 269). Il aimerait à plusieurs reprises se laisser mourir tant il est à bout de forces.

Dans les dernières séquences du film, on s'est éloigné du livre en privilégiant les explosions, ce qui est une façon de montrer que Bond maîtrise la situation. La destruction

⁸ Les gadgets apparaissent notamment à partir du deuxième film, même si certains autres en sont plutôt dépourvus.

⁹ On peut lire une description du même type dans *Dr. No* (Fleming, 1964, p. 111). (À ce sujet, voir également McInerney *et al.*, 1996, p. 57.)

¹⁰ Voir aussi le chapitre « James Bond, machine à tuer ? », in Hache-Bissette *et al.*, 2008, pp. 126-128.

spectaculaire du repaire du « méchant », séquence quasi incontournable des épisodes de la saga, n'est présente qu'au cinéma. Mais le Docteur No est bien tué dans les deux cas. Dans le film, on assiste à une lutte entre 007 et son ennemi, qui meurt de la main de Bond et le sait. On le voit disparaître progressivement dans une cuve radioactive. Dans le livre, le Docteur No ne voit rien venir car il tourne le dos à l'agent, et sa mort est bien plus expéditive : James Bond, aux commandes d'une grue, déverse sur lui une masse de guano : « Quelle avait pu être la dernière pensée du Docteur No, avant d'étouffer sous la boue immonde ?... Une pensée de rage, d'horreur ou de défaite ? Impitoyable, Bond se dit que cette tombe jaune et puante lui siérait au teint,¹¹ et qu'il ne l'avait pas volée » (Fleming, 1964, p. 291). Une telle remarque de Bond annonce le cynisme puis l'humour des films, même si c'est dans les livres que l'ironie est à son comble, assortie parfois d'un racisme à peine voilé.

Les « James Bond » ne doivent pas choquer ou se substituer à un film d'horreur. La violence doit rester mesurée, la mort immédiate. Faire disparaître lentement le Docteur No sans un cri permet de dilater la tension dramatique tout en véhiculant une image choc ; mais c'est surtout une façon « politiquement correcte » de se débarrasser du « méchant ».

Variations et constantes de la représentation d'une icône

Les livres et les films sont-ils donc si différents, et quelle est la recette de leur succès ? La longévité du personnage de cinéma était difficilement prévisible au départ : « Depuis sa première apparition (...), l'espion britannique est l'un des héros les plus persistants du grand écran. L'un des plus improbables aussi, étant donné ses racines profondément ancrées dans un siècle révolu ». ¹² Il est vrai que la guerre froide a longtemps été l'un des « mobiles » de l'intrigue. Pourtant, les scénaristes ont su amorcer les virages nécessaires, de même que « les romans expriment parfaitement l'état d'esprit de leur époque (...) » (McInerney *et al.*, 1996, p. 56). ¹³ Ce qui est assez paradoxal, voire déroutant, c'est que 007 a un côté désuet et en même temps extrêmement moderne, et qu'il constitue donc un « mythe contemporain » (Hache-Bissette *et al.*, p. 7). En effet, « (...) James Bond reste identique à lui-même en se dotant des atouts de la nouveauté [et], depuis plus de cinquante ans, le mythe bondien a su se renouveler » (Hache-Bissette *et al.*, p. 7) et vivre avec son temps. La multiplicité des acteurs ayant interprété le héros est également un gage de longévité.

¹¹ Le Docteur No est à moitié chinois.

¹² Delorme, Gérard, 1^{er} octobre 2008, pp. 40-45. « Qu'est-ce qui fait durer Bond ? ». *Première*, n° 380, p. 40.

¹³ Voir aussi p. 54, et Evin, 2008, pp. 168-171.

Quant aux intrigues propres à chaque film, elles suivent un schéma bien précis, de même que « (...) les romans de Fleming resservent inlassablement la même trame narrative (...) » (Hache-Bissette *et al.*, p. 30). Mais la lassitude n'intervient jamais : « Avant même d'entrer dans la salle de cinéma, on sait ce qu'on va voir et, au fil des ans, c'est cette prévisibilité même qui a valu à James Bond de devenir le St Graal des metteurs en scène et des éditeurs : une marque mondiale, un film qui est toujours le même et pourtant toujours différent ».¹⁴

Lorsque les producteurs se sont rendu compte de l'aspect trop invraisemblable de certaines situations, notamment avec les films mettant en vedette Pierce Brosnan – *Meurs un Autre Jour* est qualifié de « film- limite » à l'« irréalisme outrancier » par Françoise Hache-Bissette, Fabien Bouilly et Vincent Chenille (Hache-Bissette *et al.*, p. 56) –, ils ont fait machine arrière. C'est pourquoi *Casino Royale*¹⁵ et *Quantum of Solace* mettent en scène un Daniel Craig finalement invincible, certes, mais plus vulnérable et quasiment dépourvu de gadgets.

Une autre évolution, visible sur les affiches, est celle de la place accordée aux personnages féminins. Alors que depuis les années 80, certaines affiches ne font plus apparaître une multitude de jolies filles mais une seule (*Tuer n'est pas jouer*) ou deux au maximum (parfois la « méchante » et la « gentille » comme avec *Le monde ne suffit pas*), les dernières en date jouent sur la sobriété totale (*Quantum of Solace*) et présentent un Bond à l'image épurée, sans décors à donner le vertige, sans explosions... et sans femmes.

Car si 007 n'est plus flanqué de son harem personnel, c'est bien parce que dans les films de James Bond, le « visage » des femmes a énormément changé : au fil du temps, elles sont devenues en quelque sorte les égales de l'agent secret, brillant par leur expertise scientifique ou par leur courage. Sans modifier la « nature » profonde de 007, on a tout de même fait évoluer le héros et celles qui gravitent autour de lui en les adaptant à un public dont la vision du monde et de la société n'est plus la même qu'en 1960 (Evin, 2008, pp. 166-168), la libération sexuelle étant passée par là. Mais ces femmes, en plus d'être intelligentes, restent très séduisantes car il faut continuer à faire rêver les spectateurs. Une véritable stratégie de communication.

Dans *Dr. No* comme dans tous les films qui ont suivi, le texte d'origine a subi des métamorphoses évidentes. Fleming disait écrire des récits crédibles ; ce n'est sans doute pas toujours le cas, mais on est sûrement plus proche du possible dans les livres que dans certaines adaptations pour le grand écran – celles dans lesquelles Pierce Brosnan tient le rôle titre, par

¹⁴ Kerr, Philip, 18 juillet 2002, p. 40. « James Bond, un filon inépuisable ». *Courrier International*, n° 611. (Voir aussi Père, Olivier *et al.*, 13 novembre 2002, pp. 30-40. « Les Bond sont éternels ». *Les Inrockuptibles*, n° 364, p. 30, et Evin, 2008, pp. 19-20 ; 105-107.)

¹⁵ La version de 2006 (à ne pas confondre avec le film parodique réalisé en 1967).

exemple.

Le personnage de Bond, simple mortel chez Fleming, devient une icône, un héros invincible à l'écran, très sûr de lui dans tous les domaines, même si, dans les dernières productions en date, l'interprétation de Daniel Craig semble avoir un côté plus humain, plus authentique et donc plus proche du personnage des romans.

Malgré cela, les films, dans leur ensemble, donnent une nouvelle dimension au Bond de Fleming : 007 est un héros du XX^{ème} siècle qui a su traverser les générations ; et fatalement, le résultat n'est pas toujours très fidèle à l'esprit de son créateur, mais c'est sans doute pour cela que le mythe perdure. D'ailleurs, est-ce un tort de s'éloigner du portrait brossé par Fleming ? Le romancier lui-même estimait qu'il était bien plus pertinent de porter à l'écran des histoires originales de James Bond qui ne soient pas directement adaptées de ses récits :

« Mes bouquins se prêtent sans doute à une transposition à l'écran. Mais ils sont malgré tout des bouquins. Faits pour être lus, donc. Peut-être serait-il bon que l'on songe bientôt à écrire directement des aventures de James Bond destinées avant tout à être vues. En se basant sur les expériences acquises, je crois que cela pourrait donner de bons résultats... » (Evin, 2008, p. 99).¹⁶

C'est ce qui a été fait, par la force des choses, longtemps après la mort de Ian Fleming qui avait sans doute saisi avant beaucoup d'autres les limites de l'adaptation de romans et la nécessité de penser une histoire en termes purement visuels pour qu'elle ait plus d'impact une fois mise en scène.

Aujourd'hui, l'aventure continue aussi en librairie car d'autres auteurs ont pris la relève en inventant de nouvelles histoires ou en novélisant les scénarios originaux des derniers films tournés. Cela tend à montrer que le visuel régit la saga sous toutes ses formes et que les nouveaux romans ne sont rien d'autre que des produits dérivés, une sorte de paralittérature voire d'infralettrature qui n'a évidemment plus grand-chose à voir avec la culture lettrée. L'iconotexte 007 a bel et bien pris le pas sur les romans d'origine, et les auteurs qui en écrivent de nouveaux se contentent de répondre aux normes imposées par les studios hollywoodiens car la novélisation renvoie à des modes d'exploitation commerciale qui sont ceux des superproductions.

Cette standardisation permet au héros de continuer à trouver son public et sa place au sein de la

¹⁶ Cité sans références.

culture de l'image et des médias. Les affiches des films de 007 peuvent être « lues » comme des livres et James Bond est devenu un iconotexte à part entière : c'est une silhouette reconnaissable entre toutes, un smoking impeccable quelles que soient les circonstances, une bouteille de Dom Pérignon dans son seau à glaçons, le thème musical de Monty Norman qui souligne ses exploits, une arme, un logo.

Références

Evin, Guillaume, 2008. *Goldmaker : le phénomène James Bond, de Dr. No à Quantum of Solace*. Paris : J'ai Lu, 223 pages.

Fleming, Ian, 1964. *James Bond contre Dr. No*. Paris : Plon, 311 pages.

Fleming, Ian, 1965. *Au Service Secret de Sa Majesté*. Paris : Plon, 310 pages.

Hache-Bissette, Françoise *et al.*, 2008. *James Bond, figure mythique*. Paris : Autrement, 185 pages.

« Ian Fleming et James Bond », article publié le 29 mai 2008 dans l'*Encyclopédie Larousse* en ligne, et disponible sur :

<http://www.larousse.fr/encyclopedie/article/Ian%20Fleming%20et%20James%20Bond/11004639>

Lugrin, Gilles, 2006. *Généricité et intertextualité dans le discours publicitaire de presse écrite*. Berne : Peter Lang, 487 pages.

McInerney, Jay *et al.*, 1996. *James Bond 007 : de Goldfinger à GoldenEye*. [s. l.] : Flammarion, 199 pages.

Pfeiffer, Lee et Worrall, Dave, 2003. *The Essential James Bond: the revised authorized guide to the world of 007*. London: Bantam, 228 pages.

Zimmer, Jacques, 1989. *007 : James Bond Story*. Paris : J'ai Lu Cinéma, 144 pages.