

Karen Ferreira-Meyers

Hache-Bissette, Françoise, Fabien Bouilly et Vincent Chenille, *James Bond Figure mythique*. Paris: Editions Autrement, 2008, 188 p., –ISBN-13: 978-2-7467-1188-4.

Les auteurs précisent, dans leur introduction intitulée "Son nom est Bond, James Bond", que le présent ouvrage a pour but de cerner le mythe bondien dans tous ses aspects, de la série littéraire commencée par Ian Fleming aux dernières créations cinématographiques en passant par la bande dessinée, les gadgets et le merchandising, les jeux vidéos et les parodies.

Divisé en six chapitres, avec plusieurs feuillets noirs, rouges et fuchsia intercalés (où les auteurs apportent des informations diverses à propos de certains films bondiens à succès, les vêtements préférés du héros, la jeunesse et les villes dans laquelle se meut 007, etc.), cette édition très soignée est d'une valeur documentaire inégalée.

Le premier chapitre explique la naissance et les origines du mythe, l'envol et le succès cinématographique et la pérennité littéraire d'une écriture qualifiée d'autofictionnelle (p. 15) aux allures de roman d'espionnage. L'esthétique post-moderne du style d'Ian Fleming, ainsi que l'architecture narrative mise en place pour captiver le lecteur, sont soulignés dans cette partie intitulée "Vivre et (ne pas) laisser mourir".

Dans le deuxième chapitre, les auteurs s'attardent avec beaucoup de détails sur la carrière filmique qui a transformé James Bond de phénomène de librairie en phénomène cinématographique, de phénomène sociologique en icône culturelle mondialisée, "une dimension cruciale du mythe" (p. 46). A partir des six acteurs ayant joué James Bond (David Niven, Sean Connery, George Lazenby, Roger Moore, Pierce Brosnan et Daniel Craig), les divers réalisateurs, metteurs en scène, producteurs et éditeurs, les auteurs en viennent à définir le genre global de la saga bondienne, l'aventure. Cette aventure qui est démultipliée sous un style pluriel qui inclut le réalisme, le fantastique, la science-fiction, l'esthétique pop et le cartoonisme, parmi d'autres.

Le chapitre trois se penche sur les composantes du mythe : les motifs et les éléments formels constitutifs qui se retrouvent et se recyclent à travers la série bondienne. Il s'agit du « gun barrel », le logo faisant partie de la première séquence de la plupart des films de Bond, des pré-génériques, des génériques d'ouverture « créant un réseau d'interdépendance » (p. 77), de l'habillage musical, du bureau de MI-6 (M, Money Penny et Q) et des gadgets, des James Bond girls dont la connotation sexuelle et les noms transparents aident à marquer le degré mythologique (ce qui avait déjà été remarqué par Umberto Eco en 1993 dans son *De Superman au surhomme* [Paris : Grasset]), des méchants, des décors et des gimmicks.

Dans "'You know the name, you know the number" : James Bond, le chevalier moderne", le quatrième chapitre, le lecteur découvre les mythes cachés derrière Bond. Littérature d'archétypes, le lien intertextuel entre les textes d'Ian Fleming et Jules Verne, Somerset Maugham, Mickey Spilane et John Buchan, ainsi que l'influence de la mythologie celtique et antique et de la légende du chevalier saint Georges, contribue à établir le caractère bondien avec ses traits caractéristiques de virilité, d'hédonisme et de « machine à tuer » (p. 126).

L'avant-dernier chapitre explique la métaphore idéologique bondienne la plus impressionnante, celle de la Grande-Bretagne : Bond, figure compensatoire de la décolonisation dans l'imaginaire nationaliste des lecteurs anglais, « se fait le garant d'un prestige perdu, qu'il restaure pour mieux le faire perdurer de manière fantasmatique » (p. 135). Le Royaume-Uni, dans le contexte historique de la Guerre froide, « s'érige en nation pacificatrice, garante de la préservation de l'équilibre du monde » (p. 136) dans la construction mythologique du grand séducteur viril et aventureux. La dimension socio-politique du texte de Fleming inclut une certaine ambiguïté voulue sur la question du racisme, de la misogynie et des mœurs. Dans la même direction, capitaliste et matérialiste, le lecteur comprendra pourquoi Fleming ait choisi un espion cherchant sans cesse à vivre dans le luxe « une vie qui rime avec plaisir » (p. 149).

Les cinq premiers chapitres aident à en venir en toute logique au dernier, dans lequel la supranationalité du mythe est soulignée. L'autoparodie et la présence, en dehors de la littérature et du cinéma, dans les domaines du journalisme (plusieurs revues de mode, de sport et d'automobiles, d'innombrables magazines érotiques et pornographiques, même des revues féminines ou ceux qui traitent d'économie, de politique, d'art, d'architecture, ... exploitent le mythe jamesbondien). C'est dans ce sixième chapitre encore que les auteurs Hache-Bissette, Bouilly et Chenille s'attardent à l'importance du merchandising (parfum, vêtements, vodka, mallettes, clés USB), des formes culturelles telles que la bande dessinée et le jeu vidéo et des parodies à effet grossissant puisqu'elles accroissent l'importance symbolique des formes mythiques par leur mise en relief.

En conclusion, cet ouvrage d'allure pseudo-scientifique - à cause des dessins, des photos, des pages en couleurs, de sa thématique à caractère populaire - offre une vision globale de tout ce qui entre dans la construction mythologique d'une légende, d'abord littéraire, puis cinématographique, mais de toute façon internationale et universelle. S'adressant d'abord aux fans de James Bond, il sera sûrement apprécié par le chercheur littéraire, sociologue ou spécialiste en cinéma ainsi que par les jeunes qui viennent de découvrir la formule récurrente du séduisant espion-aventurier qu'est 007.

Une bibliographie assez détaillée termine l'ouvrage. Le lecteur y découvrira les romans et nouvelles d'Ian Fleming, toute la filmographie et une sélection intéressante d'ouvrages critiques ayant un rapport avec James Bond.