

MÉDIATIVITÉ, MÉDIAGÉNIE ET MODALITÉ EN TANT QUE STRATÉGIES DISCURSIVES DU RÉEL DANS LA BANDE DESSINÉE

MEDIATIVITY, MEDIAGENCY AND MODALITY AS DISCURSIVE STRATEGIES OF THE REAL IN COMICS

Bénéwendé Mathias NITIEMA

Université Thomas SANKARA/Centre Universitaire de Dori, Burkina Faso

bmathias14@yahoo.fr

Résumé : La coexistence dans la bande dessinée, des éléments comme les signes iconiques et linguistiques, permet à ce média de mettre en scène ses propres codes. Cette relation entre l'image et l'écrit est le résultat d'un rapport de force. Par ce truchement, la bande dessinée interroge ses propres mécanismes langagiers, ses codes sémiotiques ou les propriétés de son support. Ce médium qui exploite l'une ou l'autre de ces possibilités pour construire le sens, établit la relation entre médiagenie et médiativité. La médiativité concerne la nature des signes mobilisés par chaque média, sa configuration sémiotique. Elle intègre l'étude des modalités et s'interroge sur les sources de connaissances véhiculées par un énoncé ainsi que les modes d'accès du locuteur à ces sources, donc à ces connaissances. Elle se manifeste donc, à travers la capacité du média de s'emparer de sujets ou de thèmes empruntés à d'autres sources. La médiagenie qualifie la capacité d'un projet narratif, voire d'un genre, à se réaliser en choisissant le partenaire médiatique qui lui convient le mieux. Elle désigne la capacité du média à trouver la "bonne forme". La modalisation produit une marque ou un ensemble de marques formelles par lesquelles le sujet de l'énonciation exprime sa plus ou moins grande adhésion au contenu de l'énoncé. La médiativité, la médiagenie et la modalisation identifient les mécanismes, les stratégies et la manière dont le sens et le réel se construisent dans le discours. Ainsi, dans ce travail, le problème auquel nous nous intéressons, est celui de l'adéquation entre l'imaginaire et les possibilités expressives des médias, considérés dans leur physicité propre et qui participe à la construction du sens et du réel.

Mots-clés : bande dessinée, médiativité, médiagenie, modalisation.

Abstract : The coexistence in comics of elements such as iconic and linguistic signs allows this medium to stage its own codes. This relationship between the image and the writing is the result of a balance of power. Through this, the comic strip questions its own linguistic mechanisms, its semiotic codes or the properties of its medium. This medium, which exploits one or other of these possibilities to construct meaning, establishes the relationship between mediagenicity and mediativity. Mediativity concerns the nature of the signs mobilized by each medium, its semiotic configuration. It integrates the study of modalities and questions the sources of knowledge conveyed by an utterance as well as the modes of access of the speaker to these sources, and therefore to this knowledge. It manifests itself, therefore, through the media's ability to seize subjects or themes borrowed from other sources. Mediagenic describes

the ability of a narrative project, or even of a genre, to come to fruition by choosing the media partner that best suits it. It designates the media's ability to find the "right shape". Modalization produces a mark or a set of formal marks by which the subject of the enunciation expresses his greater or lesser adherence to the content of the statement. Mediativity, mediagenics and modalisation identify the mechanisms, strategies and the way in which meaning and reality are constructed in discourse. Thus, in this work, the problem in which we are interested is that of the adequacy between the imaginary and the expressive possibilities of the media, considered in their own physicality and which participates in the construction of meaning and reality.

Keywords: comics, mediativity, mediagenics, modalisation.

Introduction

La bande dessinée est un genre paralittéraire qui regorge de nombreuses possibilités expressives. Elle déploie pour son fonctionnement, les signes iconiques et linguistiques et emprunte aux autres arts, des moyens d'expression. Ce qui nous amène à nous interroger sur l'adéquation entre l'imaginaire et les possibilités expressives des médias qu'elle offre. Cette réflexion débouche sans doute, sur des interrogations d'ordre esthétique portant sur la spécificité des arts et des médias, la particularité des formes et leur croisement, la séparation ou le regroupement des imaginaires médiatiques. Médiativité, médiagénie et modalité deviennent des stratégies discursives qui génèrent la signification. Elles portent en elles, des réseaux de sens qui virtualisent ou actualisent le réel. Dans ce travail, l'analyse portera sur le contenu de la bande dessinée. Quelques titres serviront d'illustrations. Nous délimiterons dans un cadre théorique les concepts de médiativité, médiagénie et modalité puis nous montrerons comment elles s'expriment dans la bande dessinée.

1. Cadre théorique

Pour bien cerner la problématique, le cadre théorique s'intéressera à trois (3) aspects : la narration de l'image, la médiativité et la narration médiagénique et les modalités discursives dans la bande dessinée. L'objectif étant de montrer comment ces éléments, en tant que stratégies discursives rendent compte de la réalité.

1.1. *La narration de l'image*

Toute image peut être lue comme un récit. Elle devient alors des développements narratifs qui la dépassent. Philippe Marion (1997 a, p.143) établissant le rapport entre l'image picturale et la caricature affirme : « l'icône graphique n'a pas

cette transparence référentielle, son identité sémiotique passe par un irrépressible effet de trace, de signature. Si, dans la photo, l'effet référentiel est irréductible, l'effet d'interprétation subjective du réel l'est tout autant dans le dessin » P. Marion (1997a, p.143). Il soutient que pour décrire l'image, pour traduire verbalement le représenté, « il serait difficile, voire impossible, de dissocier descriptif et narratif » P. Marion (1997 b, p.130).

Gauthier pour sa part, présente l'image comme un modèle doté, à la fois un caractère d'« introdétermination » et d'« extrodétermination ». Le modèle introdéterminé considère l'image « comme un monde clos, se suffisant à lui-même, n'attendant aucun apport du hors-champ (...), pas de relance extérieure ». G. Gauthier (1982, p.52)

Le modèle extrodéterminé, quant à lui, pose une image qui « n'existe que par une continuelle relance extérieure, qu'elle soit potentielle ou réalisée. Le champ y est perpétuellement ouvert sur le hors-champ, source inépuisable de renouvellement ». G. Gauthier (1982, p.52)

1.2. *Médiativité et narration médiagénique*

Les relations entre médiativité et médiagénie deviennent apparentes, dès lors qu'elles constituent des moyens d'expression caractérisés par un même élément « média ». Thierry Groensteen (2005) trouve qu'il est important de repérer quels sont, parmi les éléments qui définissent un média, ceux qui contribuent le plus directement à le doter d'un « potentiel spécifique ». A ce propos, Marion fait sienne la définition d'Eliseo Veron, pour qui chaque média est « un ensemble constitué par une technologie plus les pratiques sociales de production et d'appropriation de cette technologie » P. Marion (1997 a, p.86)

Pour Philippe Marion, « le médiatique désigne des contenus, des idées, des formes, des personnages, etc. qui possèdent une aptitude transmédiatique souvent assortie d'une propension au glissement intergénérique : ils se propagent aisément de la presse écrite au cinéma, de la radio à la télévision, du journalisme à la publicité, du reportage au feuilleton, etc. » P. Marion (1997 a, p.70)

Wolton soutient qu'il s'agit « d'une solidarité diaphane qui s'instaure entre des individus (...) créant une communication sans doute un peu étrange, mais probablement typique de notre société "individualiste de masse" ». Wolton(1993, p.130). Médiatique devient alors synonyme de consensuel. Est médiatique ce qui offre

la possibilité de combiner exposition individuelle au message et conscience simultanée d'une intégration dans la communauté.

Thierry établit la relation entre médiativité et médiagénie. Il affirme : « La médiagénie, disais-je, ne peut être que graduelle, relative. En effet, postuler qu'il existe, pour certains sujets au moins, une "manière optimale" de se réaliser, cela signifie que d'autres manières lui sont également ouvertes, mais que leur degré d'adéquation est plus faible. De même, il est aisé de distinguer au moins deux degrés dans la médiativité d'un média déterminé: d'une part, ce qu'il autorise ou rend possible : l'éventuel et d'autre part, ce qu'il favorise, c'est-à-dire appelle ou suscite préférentiellement : le virtuel au sens fort du terme. On pourrait penser qu'il existe aussi un degré absolu de la médiativité, qui serait le degré zéro : ce que le média exclut absolument ». (T. Groensteen, 2005)

Médiativité et Médiagénie deviennent donc de formes narratives susceptibles d'être interprétées comme l'exprime Ricœur (1984 : p.42) « De nouvelles formes narratives, que nous ne savons pas encore nommer, sont déjà en train de naître, qui attesteront que la fonction narrative peut se métamorphoser, mais non pas mourir. Car nous n'avons aucune idée de ce que serait une culture où l'on ne saurait plus ce que signifie raconter » P. Ricœur (1984, p.42)

Nous soutenons donc que la médiativité et la médiagénie sont des formes significatives dans lesquelles des contenus sont susceptibles d'être interprétés. Elles participent toutes les deux, à rendre compte du réel. Si elles se rapprochent par certains traits qui les unissent, elles sont aussi distinctes par leur spécificité propre. Chacune d'elle devient un modèle sémiotique capable d'être saisi.

1.3. La modalité

La linguistique s'intéresse au problème de la modalité à deux niveaux. Elle analyse le concept de modalité de manière générale et cherche à préciser ce que ce terme recouvre. Elle étudie les phénomènes et les marqueurs de modalisation dans les différents langages particuliers. Elle rejoint ainsi dans une certaine mesure la grammaire traditionnelle qui distingue par exemple en français, le mode indicatif (mode du réel) du conditionnel (mode de l'irréel). Elle mentionne également, en plus des adverbess de temps, de lieu, de manière, etc., une catégorie d'adverbess d'« opinion » (comme « certainement » ou « peut-être »), appelés dans certaines grammaires des « modalisateurs ».

Nicole L. Q. définit la modalité comme « l'expression de l'attitude du locuteur par rapport au contenu propositionnel de son énoncé » Nicole (1996 : p.14). Elle semble s'opposer assez clairement à celles de temporalité et d'aspect, ses frontières restent controversées. En plus des modalités aléthiques, déontiques, épistémiques et appréciatives, certains suggèrent des modalités intersubjectives (ordre, conseil, reproche), bouliques (volonté), implicatives (condition, conséquence...) ou même temporelles ; ou encore incluent la négation dans cette catégorie.

2. Les stratégies discursives du réel dans la bande dessinée

Plusieurs stratégies rendent compte du réel dans la bande dessinée. Elles s'incrument dans les modalités contenues dans le discours écrit que dans la narration médiatique et médiagénique. Nous énumérerons dans les lignes qui suivent.

2.1. *Le héros réaliste et l'anti-héros*

Contrairement au « super-héros » dont la force et les pouvoirs sont toujours plus ou moins surnaturels, le héros classique se présente toujours sous les traits d'un être humain. Il s'incarne dans la réalité à laquelle le public s'identifie facilement. Ce qui le caractérise en tant que héros, c'est un ensemble de qualités humaines (audace, courage, justice, etc.), portées chez lui à un haut niveau de perfection. Il est toujours habité d'un idéal de générosité qui le pousse à se placer régulièrement du côté du plus faible. Il s'attaque à l'injustice ou à la tyrannie (sous toutes ses formes), se fait à l'occasion redresseur de torts, défenseur de la veuve ou de l'opprimé. Ses qualités sont véritablement mises à l'épreuve, si les risques sont plus élevés.

L'être humain ne donne pas toujours de lui une image aussi rose et ses travers ou ses défauts ne peuvent manquer d'inspirer certains auteurs particulièrement doués dans la satire. C'est alors que nous avons l'anti-héros. Après le héros, le personnage le plus important d'une bande dessinée d'aventure est généralement son inévitable adversaire : le méchant, l'anti-héros, assez redoutable pour mettre le héros en difficulté et pour que plane ainsi un doute sur l'issue de leur confrontation jusqu'aux dernières pages du récit. Ce qui l'identifie montre à quel point, on accorde toujours à la création de ce personnage essentiel, l'image vivante du mal à laquelle le héros sera toujours confronté. Au demeurant, les caractéristiques sont à peu près semblables à celle d'un héros, sauf qu'elles sont négatives. Comme le héros, l'anti-héros est doté d'une forte

personnalité, portant sur trait de caractère négatif : imagination délirante, folie, trahison, dissimulation, tyrannie, etc. Physiquement, il sera plus ou moins inquiétant. Son accoutrement et ses attitudes sont toujours soigneusement choisis de façon à refléter la réalité, à exalter ou à dédramatiser sa personnalité malfaisante. La série cinématographique de Superman initiée par le film de Richard Donner en 1978 s'inscrit dans les normes du film catastrophe et d'action de l'époque bien plus qu'elle n'hériterait du ton des comics des années 1940.

2.2. *Les décors urbains et d'intérieur*

Toutes les villes, tous les quartiers d'une ville, et toutes les maisons d'une rue ne se ressemblent pas. Chaque ville, chaque quartier, chaque maison, chaque immeuble a son caractère, son charme, son ambiance que les images de la bande dessinée se doivent de restituer fidèlement.

Le décor d'intérieur reflète toujours la personnalité de ses occupants. Le plus souvent, dans la bande dessinée, un angle de vue et un avant-plan particulièrement expressif caractérise presque toujours le décor. Le dessinateur de bande dessinée diversifie le décor en l'identifiant à la réalité. Des films hollywoodiens comme *Prince Vaillant* (Henry Hathaway, 1954), adapté des planches de Harold Forster, déplaceront le style narratif du côté de la grande forme : le décor, l'espace et l'environnement.

2.3. *Les forces de la nature*

Il existe des éléments qui participent à la construction du récit. Ce sont les éléments naturels. Ils apportent une atmosphère dans le récit. Un paysage paraîtra toujours plus ou moins mélancolique. La pluie donnera une impression de joie, tandis que le vent et l'orage engendreront toujours une atmosphère de drame. Le vent soufflant au carrefour de deux rues anime le décor et lui donne l'ambiance de la réalité.

2.4. *Le dessin des personnages*

Les émotions et les sentiments variés s'exprimeront tout au long du récit, par la parole mais aussi par le geste ou par les jeux de physionomie. Le dessin des personnages traduit cette réalité. Chaque personnage, s'il est physiquement bien caractérisé, a la tête et le physique de son rôle. Les êtres humains apparaissent

physiquement assez différents, les uns des autres. Certaines proportions du corps varient quelque peu selon la constitution identique des individus.

Le type musculaire est caractérisé par un physique grand, fort et musclé. Sa cage thoracique est développée, les hanches sont étroites. Il est énergique, actif, plein de vitalité et toujours en mouvement. Il a le sang-froid, le sens pratique et est toujours optimiste.

Le type digestif, quant à lui, est gros, rond, bien en chair. Chez lui l'abdomen prédomine nettement. Les membres sont courts. Très souvent dans la bande dessinée, c'est le type du bon vivant, aimant son confort. Ouvert, sociable et réaliste dans les actes qu'il pose. Toutefois, lorsque les caractéristiques naturelles de ce type sont poussées à l'extrême (goût immodéré du luxe, recherche avide des plaisirs de ce monde, paresse, etc.), le personnage en arrivera à donner une image tout à fait négative de son type, l'image de l'homme décadent et matérialiste souvent utilisée comme l'adversaire du héros.

Les gestes et les attitudes ne sont jamais sans refléter plus ou moins les états d'âme des personnages. Ces derniers s'expriment à travers une infinité d'expressions ou de mimiques. Expressions et jeux de physionomie, dans la bande dessinée, sont vus de très près, en gros plan, lorsque les personnages expriment leurs sentiments ou manifestent leurs émotions avec un maximum d'intensité. Les dessins des visages des personnages sont donc particulièrement soignés de sorte à établir des traits apparents avec la réalité. Le récit de *Les Aventures de Tintin: Le Secret de la Licorne* (Steven Spielberg, 2011) est exemplaire de cette sorte de standardisation de la virtuosité graphique et rythmique des dessinateurs. Tintin se caractérise par les traits qui le définissent : son courage, sa curiosité et l'idéal qu'il défend.

2.5. Les marques de la modalisation

Le mode personnel du verbe, dans la bande dessinée, implique l'appréciation du procès exprimé par le verbe comme réel, certain, possible, réalisable, souhaité, incertain, irréel, etc. De ce point de vue, les modes sont en opposition entre eux. L'opposition de base est d'un côté, entre l'appréciation du procès comme réel, certain et possible et de l'autre côté, virtuel. La première attitude est exprimée en français, par le mode indicatif. Elle est présente dans le texte linguistique contenu dans les bulles. Les autres modes expriment le procès possible dans diverses hypostases : réalisable,

possible à proprement parler (le subjonctif) ; conditionné, possible si une condition est remplie (le sens de base du conditionnel) ; possible mais pour le moment seulement souhaité (le sens optatif du conditionnel) ; possible, mais pour le moment seulement supposé (le sens hypothétique du conditionnel) ; possible mais pour le moment seulement demandé (l'impératif).

En plus des modes verbaux qui expriment soit, la réalité ou la virtualité, plusieurs autres énoncés modalisent le récit dans la bande dessinée. Nous les distinguons :

- la valeur aléthique (de *aletheia* « vérité ») qui énonce des vérités logiques, c'est-à-dire ce qui relève du domaine du possible/impossible, nécessaire/contingent, etc. Souvent, les énoncés sont d'ordre scientifique exprimant des données indiscutables (chiffres, vérités générales, lois physiques, etc.). Comme exemple nous avons : « Tous les hommes sont mortels. » ;
- la valeur épistémique considère les chances de réalisation de la relation prédicative. Les énoncés suivants illustrent cela : « Il doit être en retard », « Il peut arriver aujourd'hui » ;
- la valeur déontique apprécie la relation prédicative, positivement ou négativement, en fonction de règles pré-établies, d'un code déontologique. En guise d'illustration, nous avons : « Vous ne pouvez pas garer votre voiture ici » (impossibilité morale mais pas interdiction formelle), « Si vous voulez avoir votre examen, vous devez le préparer » ;
- la valeur radicale ou intersubjective, qui porte sur les relations entre sujets. L'énonciateur ordonne, autorise, etc. Nous avons comme exemple : « Vous pouvez partir » (permission), « Vous devez être ici avant huit heures » (obligation).

Toutes ces modalités énoncées sont des stratégies discursives qui virtualisent avec le réel. Elles construisent des modalités significatives qui rendent compte du sens.

Conclusion

La bande dessinée offre aux lecteurs, un éventail de représentations visuelles. Ces représentations diffèrent selon les aspects de la situation qu'elles sélectionnent, le degré de saillance de ces aspects, leur niveau d'abstraction, le point de vue selon lequel ils sont vus, etc. Dans cette perspective, les conventions iconiques et linguistiques ont pour but de fournir les expressions nécessaires à cette structuration. Cette conception de la communication médiatique et médiagénique a le mérite de s'accorder sur l'expérience du discours. C'est ce que nous avons montré dans notre travail. Un discours qui construit des images, des modèles d'approche mais qui va également dans le sens de l'iconicité communiquée par la langue pour rendre compte du réel.

Références bibliographiques

- Groensteen Thierry, 2005, « Médiativité et réflexivité, médiativité et imaginaire : comment s'incarnent les fables », Dalhousie University, Vol.04, No 2, URL <http://hdl.handle.net/10222/47702>
- Guy Gauthier, 1982, *Vingt leçons sur l'image et le sens*, Paris, Edilig.
- Marion Philippe, 1997 a, « Narratologie médiatique et médiagénie des récits », *Recherches en communication*, n° 7, pp. 62-88, DOI: <https://doi.org/10.14428/rec.v7i7.46413>.
- Marion Philippe, 1997 b, « Les images racontent-elles ? (Variations conclusives sur la narrativité iconique) » *Recherches en communication*, n° 8, Louvain, p. 129-148. <https://doi.org/10.14428/rec.v8i8.46603>.
- Le Querler Nicole, 1996, *Typologie des modalités*, Caen, Presses universitaires de Caen, ([ISBN 978-2841330546](https://www.isbn-international.org/product/978-2-84133-054-6))
- Ricœur Paul, 1984, *Temps et récit, t.2, La configuration du temps dans le récit de fiction*, Paris, Ed. du Seuil.
- Wolton Dominique, 1993, *Éloge du grand public*, Paris, Flammarion.

Filmographie

Henry Hathaway, adapté des planches de Harold Forster, 1954, *Prince Vaillant*, Twentieth Century Fox.

Mario Puzo, David Newman, Leslie Newman, Robert Benton, (scénaristes),
Réal. Richard Donner, 1978, *Superman*, International Films productions.

Steven Moffat, Edgar Wright et .loe Corish (Scénaristes), Réal. Steven Spielberg.
Adapté de Hergé, 2011, *Les Aventures de Tintin: Le Secret de Licorne*.
Pictures / Nickelodeon, DVD