HAL
open science

Pour un tournant matériel des études sur la bande dessinée

Sylvain Lesage, Bounthavy Suvilay

To cite this version:

Sylvain Lesage, Bounthavy Suvilay. Pour un tournant matériel des études sur la bande dessinée. Comicalités. Études de culture graphique, 2019. hal-02570732

HAL Id: hal-02570732

https://hal.science/hal-02570732v1

Submitted on 12 May 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.

Pour un tournant matériel des études sur la bande dessinée

Sylvain Lesage

Sylvain Lesage est maître de conférences en histoire contemporaine à l'université de Lille. Historien de l'édition, du livre et de la lecture, il a notamment publié *L'Effet livre. Métamorphoses de la bande dessinée* (Tours, PUFR, 2019) et *Publier l'album. Les éditeurs franco-belges et l'album* (Villeurbanne, Presses de l'ENSSIB, 2018).

Bounthavy Suvilay

Après une thèse sous la direction de Marie-Ève Thérenty (RIRRA21, Montpellier 3) et de Matthieu Letourneux (PHisTeM-CSLF, Paris-Ouest), Bounthavy SUVILAY s'intéresse aux adaptations transmédiatiques, leur circulation globale et les phénomènes de (re)création et/ou resémantisation au niveau local (traduction, adaptation, réception distincte selon les publics).

Fr

27/12/2019

Chris Ware, Rodolphe Töpffer, Nicolas Devil, Jean Rolin, Marc-Antoine Mathieu, Hergé, Richard Felton Outcault, Joseph-Porphyre Pinchon, Bill Watterson, Todd McFarlane, Hugo Pratt, Robert Crumb

Julius ! Il y a eu un trou de matière dans notre monde !!! (MATHIEU, 1991)

À l'heure où la bande dessinée numérique fait émerger de nouvelles matérialités, il paraît crucial de repenser les supports de la bande dessinée dans toute leur diversité. Les enjeux se situent à la fois au niveau de la production mais également au niveau de la diffusion et de la réception. Lire des planches dans une application sur smartphone est très différent d'une lecture sur ordinateur imitant les pages qui se tournent (BONACCORSI, 2011). Le succès des tablettes et l'édification de catalogues en ligne ayant transformé les modes de consommation, il paraît indispensable de s'interroger sur les pratiques de lecture des consommateurs de ce type de bande dessinée, et prolonger ainsi les études sur la réception qui ont été produites jusqu'ici (BERTHOU, 2015 ; DÉTREZ et VANHÉE, 2012). Alors que s'affirme comme jamais une conscience aiguë des enjeux patrimoniaux de la bande dessinée, une telle évolution des standards de création et de publication laisse ouverte la question de la conservation des originaux : qu'est-ce qu'un original numérique ? Comment assurer une conservation pérenne, quand on sait l'instabilité des archivages électromagnétiques et la difficulté de faire tourner des suites logicielles anciennes ?

Une autre mutation fondamentale du secteur de la bande dessinée réside dans la porosité croissante des supports, et l'effritement des barrières médiatiques entre l'ancien monde du papier et les sphères « audiovisuelles ». De nombreux travaux pointent la précocité des circulations médiatiques autour des littératures de genre (LETOURNEUX, 2017) ; il paraît

cependant difficilement contestable qu'on assiste à une accélération de ces fécondations croisées. Le succès d'industries culturelles incorporant pour partie la bande dessinée et déclinant les univers graphiques qu'ils détiennent en licences sur d'innombrables supports invite ainsi à sortir d'une approche de la bande dessinée centrée exclusivement sur l'œuvre imprimée, pour envisager l'échelle du transmédiatique ou intermédiatiques (JENKINS, 2006 ; JOHNSON, 2013). De plus en plus d'éditeurs conçoivent leur pratique comme celui d'une « édition à 360 degrés », qui correspond à une « volonté de concevoir une activité d'édition qui rayonne et adopte une vision panoramique de l'environnement économique et technologique dans lequel elle opère afin de considérer l'ensemble des productions auxquelles une bande dessinée peut donner naissance » (BERTHOU, 2016, p. 118).

Pour penser ces mutations en profondeur de la bande dessinée, la notion de culture matérielle offre un cadre conceptuel approprié pour « rematérialiser les principes de notre connaissance » (ROCHE, 1997, p. 9). Carrefour épistémologique, la culture matérielle permet ainsi de mieux comprendre comment la matérialité des objets culturels de la bande dessinée encadre le rapport au monde des autrices et des auteurs, des lectrices et des lecteurs, et de tous ces intermédiaires qui participent à la production du sens. Nous ne faisons ici qu'ouvrir le débat, en suggérant quelques-unes des façons d'envisager une rematérialisation des savoirs sur la bande dessinée.

Les matérialités de la bande dessinée

À un premier niveau, il est nécessaire d'envisager la matérialité des publications, afin de saisir « la relation de la forme au sens » (MCKENZIE, 1991). À la croisée des études sur le livre, la lecture et l'édition, s'interroger sur les matérialités de l'œuvre permet, du point de vue de la production, de réinterroger les auctorialités (la BD étant considérée comme l'un des « mondes de l'art » [BECKER, 2010]). Le questionnement met ainsi en lumière toutes les étapes de transformations, les multiples interventions de divers corps de métier, les effets cumulés de ces activités sur la bande dessinée. Il ne suffit pas de simplement poser la question de l'implication de l'auteur dans la réalisation de l'objet livre et ses produits dérivés imprimés. Il s'agit de mettre en avant l'ensemble des contraintes matérielles et des acteurs concourant à la fabrication du livre (coloristes, lettreurs, chefs de fabrication, imprimeurs…).

La question de la culture matérielle invite donc à se pencher sur les formes matérielles par lesquelles s'opère la médiation entre une œuvre et ses lectorats. Avant de parvenir aux lecteurs, les œuvres de bande dessinée passent par des supports et des objets relevant de circuits techniques et éditoriaux, commerciaux et sociaux, qui conditionnent la création, encadrent les appropriations, nuancent ou infléchissent les constructions imaginaires. Roger Chartier écrivait ainsi, à propos de la littérature :

> Les auteurs n'écrivent pas des livres : non, ils écrivent des textes qui deviennent des objets écrits, manuscrits, gravés, imprimés (et aujourd'hui informatisés). Cet écart, qui est justement l'espace dans lequel se construit le sens, a été trop souvent oublié […]. Pourtant, [les formes matérielles] contribuent pleinement à façonner les anticipations du lecteur et à appeler des publics nouveaux ou des usages inédits (CHARTIER, 1992, p. 21).

Cette remarque est peut-être plus juste encore si on l'applique à la bande dessinée. L'expérience de lecture commence en effet avant même d'ouvrir un album : la technique de façonnage (cartonné ou broché), le poids du papier, le brillant du pelliculage suscitent un imaginaire et participent à l'élaboration du pacte de lecture. L'histoire de l'édition de bande dessinée est ainsi marquée par la succession de tentatives, de la part des éditeurs, de délimiter leurs lectorats par des formes éditoriales spécifiques. Les albums de la première « collection du Lombard » dessinaient, par leurs caractéristiques soignées (dos toilé, pages de garde, quatrième plat « peau d'ours »…) les contours d'un lectorat aisé, pour lequel l'album sera un cadeau (étrennes, Saint-Nicolas…). Des albums de Töpffer aux éditions luxe de *Dragon Ball*, des fascicules des Pieds-Nickelés aux « romans (*A Suivre)* » en passant par les rééditions patrimoniales de Slatkine ou les semi-poches « 16 / 22 » publiés par Dargaud à la fin des années 1970 : chaque format de livre encadre différemment l'œuvre qu'elle accueille, s'adresse à des lectorats distincts, esquisse des pactes de lecture différents. Ces caractéristiques formelles n'ont rien d'un emballage extérieur à l'œuvre qu'elle contient : elles en délimitent, bien au contraire, l'espace des possibles, elles en sont le cadre d'existence (LESAGE, 2019).

Art de l'espace, la bande dessinée trouve dans les contraintes de publication un creuset décisif du sens qui se noue lors de la lecture. Le format influence ainsi l'ensemble de la conception de la bande dessinée, au niveau du style et de son contenu (type d'histoire, tonalité) (LEFEVRE, 2000). Le *Journal de Spirou* ne se lit pas de la même manière que les aventures de *Spirou et Fantasio* rassemblées en album, un ouvrage grand format n'offre pas la même expérience de lecture qu'un *pocket*. Certains ouvrages jouent d'ailleurs délibérément sur des formes perturbant l'expérience de lecture : *Saga de Xam* de Nicolas Devil et Jean Rolin se présentait ainsi sous forme d'un très grand format incluant une loupe, indispensable pour discerner tous les détails du dessin (ROLIN, DEVIL, 1967) ; avec sa série *Julius Corentin Acquefacques*, Marc-Antoine Mathieu a poussé très loin l'exploration des contraintes matérielles de l'édition de bande dessinée (LAMARCHE-AMIOT, 2002 ; LEMAY, 2007 ; ROBERT, 2011) : page évidée, surgissement de la 3D, irruption de la couleur, décalage du récit et des personnages… C'est *matériellement* – et en sollicitant l'ingéniosité des chefs de fabrication et des imprimeurs – que l'auteur interroge l'effet des supports sur la bande dessinée. De même, les travaux de Chris Ware ont été abondamment mobilisés dans ce cadre, tant ils poussent loin la réflexion *sur* et *par* le livre (CHASSAGNOL, 2015 ; MARTIN, 2018 ; PEETERS et SAMSON, 2009). *Jimmy Corrigan*, par exemple, joue avec l'intégralité des éléments paratextuels pour encadrer la lecture et jouer sur les attentes des lecteurs ; les premières pages de garde contiennent ainsi une introduction à la lecture de récits en images, bourrée d'ironie. À propos de *Building Stories*, Benoît Crucifix souligne à quel point la matérialité du livre-coffret de livres participe d'un questionnement mémoriel :

> L'hétérogénéité matérielle et la structure narrative fragmentée de Building Stories renvoie à cette généalogie de sérialisation dispersée : les différents formats font écho aux formes matérielles disparates de sa sérialisation, alors que les groupes narratifs fragmentés sont en lien étroit avec ce mode de publication épisodique diluée dans le temps (CRUCIFIX, 2017).

Cette réflexion sur les formats permet également de distinguer les stratégies spécifiques à différents pays. Si le découpage en chapitre dans le roman graphique français peut en partie se comprendre comme stratégie de distinction culturelle par le biais d'une référence directe au modèle littéraire (BARONI et GOUDMAND, 2018), aux États-Unis et au Japon la séparation en chapitre reprend le format de parution initial en fascicule ou en magazine. Cette publication périodique implique un rythme de création spécifique qui se perçoit dans le récit, de même que l'économie du roman-feuilleton est profondément déterminée par les rythmes et les thèmes du quotidien.

Si les travaux se frottant à une « poétique historique du support » (THÉRENTY, 2009) commencent à se répandre dans le domaine des études sur la bande dessinée (HAGUE, 2018 ; KASHTAN, 2018), la dimension technique est en revanche largement ignorée. Fruit d'impasses disciplinaires ? Volonté de légitimer l'objet d'étude en tenant à distance des considérations techniques susceptibles de rabaisser le médium et, partant, d'en atténuer la valeur esthétique ? Poids du modèle des études littéraires, qui ont longtemps fait fi de l'importance du support dans les effets de sens ? Les explications sont multiples, et mériteraient à elles seules une investigation plus approfondie. Contentons-nous ici de relever qu'on dispose aujourd'hui d'infiniment plus d'éléments sur les techniques de création – la plume ou le pinceau, la machine à écrire ou le crayon – que sur les techniques de reproduction. Or la bande dessinée est un art du multiple : à la génétique traditionnelle (DE BIASI, 2016), il faut donc adjoindre une génétique médiatique, s'intéressant aux choix de bancs de clichage, aux grammages de papiers, aux vernis de pelliculage ou aux calibrages de machines d'impression qui, tous, participent à l'élaboration de l'œuvre imprimée. Si la tintinophilie a suscité quelques travaux de génétique éditoriale (GODDIN, 2000-2011 : POLLET, 2005), il s'agit là d'un cas de figure totalement isolé, et les études sur la bande dessinée se sont amplement désintéressées des aspects techniques pourtant décisifs, que l'on se situe dans l'industrie éditoriale la plus standardisée ou la création d'avant-garde (GABILLIET, 2005).

Un exemple paraît particulièrement éloquent : alors que la tradition franco-belge a vu se généraliser très tôt la couleur, celle-ci est singulièrement peu étudiée, au-delà d'une poignée de cas de figure isolés (la couleur dans la ligne claire hergéenne, ou les usages de couleur directe). Selon Jan Baetens, l'absence de questionnement sur la couleur est liée aux disciplines dont sont issues la plupart des chercheurs en bande dessinée : que ce soit les études littéraires, l'histoire ou la sociologie, celles-ci n'offrent guère d'outil pour réfléchir sur ces données concrètes (BAETENS, 2011). La question de la couleur n'est que l'un des nombreux chantiers ouverts par la problématique des cultures matérielles. À l'intersection de hiérarchies symboliques, de contraintes techniques et d'une sociologie des professions, elle soulève pourtant des enjeux décisifs pour mieux comprendre les pratiques par lesquelles les œuvres passent de la planche à l'album.

Si la forme matérielle que reçoivent les récits dessinés influe sur l'expérience de lecture, il faut également envisager la matérialité à une échelle plus large, celle du champ de la bande dessinée. Liées à la presse, les bandes dessinées étaient initialement conçues pour être lues, consommées, et non pour être conservées ou collectionnées. Le progressif changement de circuit de diffusion

a modifié l'objet, devenu livre à garder en bibliothèque par le biais de l'album (LESAGE, 2018). Cette transformation a pour conséquence la création d'un nouveau format dont la cohérence est assurée par l'éditeur et la collection, et non plus le magazine ou le journal. Dans ces conditions, les dessinateurs (puis les scénaristes) gagnent dans un premier temps un statut nouveau, celui d'auteurs.

La transformation de l'auctorialité induite par le livre interroge plus largement « l'énonciation éditoriale » par les regroupements en collection, les choix de façonnage ou la charte graphique qui rassemble une série de titres. Comme l'a souligné Frank-Michel Gorgeard, le format est pour certains éditeurs une manière de fabriquer et d'imposer des « classiques » (GORGEARD, 2011). Il est donc important de ne pas prendre pour argent comptant les discours paratextuels des éditeurs et d'analyser concrètement les objets dans leur matérialité. Pour les éditeurs se positionnant comme « alternatifs », il s'agit à la fois de concilier d'une part une démarche de singularisation au sein de leur marché par la création d'une identité graphique, et d'autre part une volonté de distinguer chaque titre comme une œuvre inédite.

Au sein du marché éditorial, la mise en forme des livres contribue en effet largement à établir des positions respectives dans tel ou tel espace de ce champ. Contraintes économiques de fabrication, volonté distinctive et ciblage d'un lectorat imaginé contribuent ainsi à distinguer des stratégies éditoriales qui passent par la matérialité. Charles Hatfield montrait ainsi dans *Alternative Comics: an Emerging Literature* l'importance de la forme de publication dans la scène alternative des années 1960-1970. Une partie du succès rencontré par ces bandes dessinées réside dans « la façon dont elles transforment un objet qui, au départ, était inabouti et mécanique, en support d'expression radicalement nouveau[1] » (HATFIELD, 2005, p. 7).

Les choix matériels des éditeurs reflètent à la fois leurs politiques éditoriales et leur permettent de se positionner sur le marché de la bande dessinée. Futuropolis a par exemple construit sa démarche d'auteurisation par le choix de formats distincts des standards de l'époque, qui contribuaient à entériner l'idée d'une bande dessinée qui ne serait pas pour les enfants (LESAGE, 2018, p. 273-277). De même, lorsque Casterman chercha à rafraîchir son image d'éditeur de *Tintin*, les « romans (À Suivre) » marquèrent matériellement leur différence : les récits à pagination élevée, en noir et blanc, et à la couverture souple, étaient alors une nouveauté dans l'édition francophone, et permirent au vénérable éditeur de Tintin de se réinventer comme héraut d'une bande dessinée « d'auteur » (MOINE, 2018). Il est également possible de s'interroger sur les reprises par des sociétés plus renommées de format inventé par des éditeurs alternatifs : la collection « Écritures » de Casterman reprenant le format « roman » la collection « Ciboulette » de L'Association (HABRAND, 2010). Pour Jean-Christophe Menu, l'édition indépendante a contribué à développer des formats alternatifs qui marquent son identité – avant

[1] "the way they transformed an object that was jejune and mechanical in origin into a radically new kind of expressive object" (notre traduction).

d'être récupérés : le « roman graphique », de ce point de vue, participe bien de cette construction discursive d'un format de publication comme forme stylistique (MENU, 2005, p. 25, p. 37).

Si les pratiques distinctives sont les plus documentées, on peut observer des pratiques distinctives passant par la matérialité sur l'ensemble du spectre des lectorats. L'enquête d'Olivier Vanhée et Christine Détrez a ainsi permis de montrer à quel point le goût des adolescents pour le manga s'ancrait aussi dans des distinctions matérielles permettant une souplesse des pratiques de lecture (lecture dans le bus, prêts entre pairs) contribuant à structurer une culture adolescente spécifique (DÉTREZ et VANHÉE, 2012).

Mais penser l'inscription de la bande dessinée dans les cultures matérielles ne peut se limiter à recenser les formats de publication et les stratégies par lesquelles les objets publiés sont produits, parviennent aux lecteurs, et génèrent en retour des effets sociaux. À un deuxième niveau, il est nécessaire également de penser la bande dessinée au-delà de l'objet destiné à la lecture. Car du verre à moutarde Astérix aux chaussettes Snoopy en passant par la trousse Mafalda, personnages et univers graphiques ont – pour une partie d'entre eux – une existence en trois dimensions qui leur donnent un écho bien différent.

« L'enfant bâtard de l'art et du commerce »

Si la bande dessinée est un « enfant bâtard de l'art et du commerce[2] », comme le disait Art Spiegelman, c'est que son creuset médiatique trouve son origine dans des usages publicitaires. Après un long XIXe siècle où la bande dessinée reste une forme marginale et, au fond, mal identifiée entre les séries de caricatures ou les macédoines typiques des journaux illustrés, la « deuxième naissance[3] » de la bande dessinée se fait au moment où elle devient un produit d'appel dans la presse – arme décisive, en France, pour conquérir des lectorats enfantins au moment où l'illustré pour enfants triomphe, ainsi qu'outil décisif dans la guerre commerciale que se livrent les magnats de la presse américaine, et dont le « Yellow Kid » figurant dans *Hogan's Alley* (1895) n'est que la figure la mieux connue. On pourrait ainsi postuler que, si le gamin créé par de Richard Felton Outcault ne marque pas la naissance de la bande dessinée (LEFÈVRE, DIERICK, 1998), il correspond à peu près à son avènement en tant qu'industrie culturelle.

Ce personnage iconique a non seulement servi à vendre les journaux où il paraissait, mais aussi à promouvoir un nombre important de produits sans lien avec la presse, qu'il s'agisse de chewing-gums ou de cigares (RHODE, 1999). Ces objets sont aujourd'hui revendus sur des

---

[2] La bande dessinée est désignée comme "The Bastard Offspring of Art and Commerce" dans la légende d'une illustration. Art Spiegelman, "Birth of the Comics", *The New Yorker*, December 26, 1994, p. 106

[3] On envisage la question de la « naissance » dans le sens que lui donnent André Gaudreault et Philippe Marion, « "Un média naît toujours deux fois…" », *Sociétés et Représentations*, 2000, n° 9, p. 2136.

sites spécialisés d'enchères et collectionnés par des particuliers voire, dans certains cas, exposés dans des musées. Buster Brown, autre héros créé par Outcault, est le premier personnage à faire l'objet d'une campagne marketing si structurée que le personnage devient un nom de marque (GORDON, 1998, p. 48-49).

En France, le format même de l'album, devenu la norme éditoriale dominante, trouve elle-même sa source dans des déclinaisons marketing de récits à succès publiés dans la presse illustrée. Jusqu'aux années 1950, la commercialisation des albums répond étroitement aux rythmes annuels des étrennes ou, en Belgique, de Saint-Nicolas. Bécassine s'inscrit dans cette économie de production ; elle est l'un des premiers personnages à susciter des déclinaisons variées. Née inopinément dans les pages de la *Semaine de Suzette,* Bécassine fait l'objet d'historiettes en une ou deux planches, puis sous forme d'albums de bande dessinée à partir des étrennes 1913, ainsi que de toute une série d'albums pour enfants tournant autour du personnage de la benoîte Bretonne. L'importance prise par les produits dérivés est telle que la société en nom collectif Gautier et Languereau devient le 1er janvier 1927 la SARL éditions Gautier-Languereau. Son objet social ancre très directement la société dans la sphère culturelle et matérielle de l'enfance : la société « a pour objet l'exploitation du fonds de commerce de libraire éditeur, précédemment exploité sous le nom de Gautier & Languereau et, accessoirement, la vente de jouets spéciaux se rattachant aux éditions de livres et de journaux d'enfants […] » (PIQUARD, 2000, p. 589).

Ses aventures ont fait l'objet d'adaptations théâtrale (*Bécassine opère elle-même*, en 1923) et cinématographique dès 1939. Le Théâtre du Petit Monde a également proposé au jeune public de l'entre-deux guerre des séries théâtrales dérivées de la bande dessinée : outre Bécassine, Zig et Puce et Mickey, sont déclinés sur scène (BAUDRY, 2015). L'image de la servante bretonne est par ailleurs utilisée dans les réclames promouvant la revue où paraissent ses aventures, et dans des publicités pour d'autres produits. Cette pratique aujourd'hui désignée comme le *co-branding* dans le jargon du marketing correspond à l'alliance temporaire de deux sociétés pour la création d'une série de produits ou de campagne publicitaire. Le caractère très genré de l'audience attendue explique sans doute pourquoi les utilisations promotionnelles de Bécassine concernent essentiellement des produits destinés aux consommatrices : elle devient notamment la mascotte d'une marque de laine... Elle figure également sur des buvards publicitaires utilisés par les écoliers pour éponger l'encre de Chine (COUDERC, 2000).

Le phénomène de *co-branding* n'est pas nouveau mais il est de plus en plus présent et pose la question de l'influence de ces marques sur la bande dessinée originale. En France, le parfum *Eau Sauvage* a ainsi employé différentes égéries masculines pour incarner l'image de la marque, notamment les héros de *Corto Maltese* et *Largo Winch* en 2001. Lorsque Dior, marque de luxe, s'empare du héros désinvolte de Pratt, on peut supposer qu'elle en reconfigure l'identité. Si la fondation Moulinsart veille scrupuleusement sur le respect de l'héritage d'Hergé, Tintin a abondamment été décliné pour la publicité. D'ailleurs, l'ambitieuse campagne lancée par le Lombard au début des années 1950 favorisant la promotion de produits alimentaires s'emparait de la figure du reporter à la houpette (timbres Tintin en Belgique, chèques Tintin en France). Cartes postales, mini-albums, éditions publicitaires ou récits

spéciaux, le *BDM* fourmille d'exemples de déclinaisons publicitaires. L'anthologie rassemblée par Alain Lachartre autour des aventures dessinées pour le compte de Malabar fournissent un exemple supplémentaire de l'importance de ces travaux de commande pour des générations entières d'illustrateurs (LACHARTRE, 2015).

Aujourd'hui, les produits dérivés et les déclinaisons multimédia jouent un rôle central dans l'économie de la bande dessinée. Bill Watterson en témoignait : « avant même d'accepter de mettre au catalogue un *strip*, les *syndicates* demandent en règle générale la propriété des personnages, le copyright et l'intégralité des droits d'exploitation. Le dessinateur n'est jamais rémunéré ou compensé pour la cession de ces droits : il a le choix entre les céder, ou ne pas être syndiqué[4] ». Watterson est justement un auteur qui a adopté une stratégie radicalement opposée à la transformation de sa série à succès en une suite de produits dérivés. *A contrario*, un empire du produit dérivé s'est bâti autour de *Peanuts*, les aventures de Charlie Brown et son chien générant 48 millions de dollars de profit annuel en 2016, plaçant Charles Schulz au deuxième rang du classement des auteurs morts les plus riches[5].

En Europe, le merchandising de la bande dessinée prend également une part de plus en plus importante au niveau économique. Les droits de *Tintin* sont gérés par la société Moulinsart qui exploite la figure du petit reporter sous toutes les formes possibles. Les produits dérivés ont pris le dessus sur les ventes d'album puisqu'il n'y a plus de nouvelle publication depuis la mort de l'auteur : les produits dérivés permettent ainsi de faire vivre l'œuvre[6].

La prolifération des objets n'a pas qu'un impact financier : elle transforme également l'expérience du lecteur et l'image de l'œuvre initiale. Ce sont d'ailleurs les raisons avancées par Watterson pour refuser les contrats de licence. Mais nombre d'auteurs font le choix inverse. Comment, dès lors, évolue la perception de l'œuvre ? En quoi le premier élément matériel d'entrée dans le monde de fiction influe-t-il sur la perception de l'univers imaginaire ? Il serait vain dans ce cadre de faire de ces produits dérivés de simples versions abâtardies d'une œuvre graphique, et d'opposer schématiquement production et consommation, dimension économique

---

[4] *Before agreeing to sell a comic strip, syndicates generally demand ownership of the characters, copyright, and all exploitation rights. The cartoonist is never paid or otherwise compensated for giving up these rights: he either gives them up or he doesn't get syndicated.* Bill Watterson, "The Cheapening of the Comics", A speech delivered at the Festival of Cartoon Art, Ohio State University October 27, 1989, http://www.heinzinsufenkl.net/vv/watterson_cheapening.pdf

[5] Zack O'Malley Greenburg, "The Highest-Paid Dead Celebrities Of 2016", *Forbes*, 12 octobre 2016, https://www.forbes.com/sites/zackomalleygreenburg/2016/10/12/the-highest-paid-dead-celebrities-of-2016/#7bdcd0cb11b1

[6] Olivier Wurlod, « Tintin a une cote d'enfer », *Tribune de Genève*, 18 novembre 2016, https://www.tdg.ch/economie/Tintin-a-une-cote-d-enfer/story/24760321

et distribution sociale tant, comme l'analysait déjà Karl Marx, « la production est immédiatement consommation, la consommation est immédiatement production[7] ».

Outre son impact sur la réception, le merchandising influe également sur les processus de création. Que Todd McFarlane ait à la fois créé sa maison d'édition (Todd McFarlane Productions)[8] et une société de jouet (McFarlane Toys en 1994) n'est ainsi pas anodin. Du côté japonais, la création de la série transmédia *Evangelion* est liée à l'industrie du jouet : la forme du robot a été pensée à partir des retours des sociétés de ce secteur. Étant donné l'importance des ventes de licences, il est intéressant de voir de quelle manière les éditeurs ou les potentiels partenaires commerciaux influencent l'aspect des personnages ou orientent le récit au moment de sa création. Le support et la culture visuelle modifient le monde fictionnel et sa réception en dehors de ce qui aurait pu être prévu par les instances du marketing ou les ayant droits dans une stratégie transmédia. Dans son étude ethnologique, Ian Condry avait montré de quelle manière les créateurs japonais travaillaient de manière collaborative afin de déployer un univers de fiction sur plusieurs médiums (CONDRY, 2013). De son côté, Mark Steinberg avait souligné l'impact de la vente de licence *Tetsuwan Atom* (*Astro le petit robot en français*) à un confiseur afin de produire une série d'animation télévisée adapté du manga éponyme (STEINBERG, 2012). D'une certaine manière, ce qui est aujourd'hui désigné comme « ludo-aliment », « fun food » ou « eatertainment » (BROUGÈRE, 2012), n'est pas un phénomène récent mais la systématisation de pratiques commerciales anciennes.

La question de la matérialité de la bande dessinée fait alors écho à celle de l'omniprésence des personnages de fiction dans l'univers quotidien. En tant qu'image promotionnelle pour la bande dessinée à venir, en tant que célébrité recommandant tel ou tel produit, en tant qu'objet de collection ou jouet, le héros semble s'affranchir du récit séquentiel pour se concrétiser sous des formes bien éloignées de son médium d'origine. Cette autonomie est renforcée par les stratégies contemporaines des industries culturelles qui se focalisent sur la déclinaison transmédiatique sur tous les supports disponibles (ALLISON, 2006, BROUGERE, 2008).

Conservation

Pour Nathalie Heinich, l'essor des ventes de planches originales est un signe de l'artification de la bande dessinée (HEINICH, 2017). Il est possible d'y rattacher d'autres phénomènes comme celui des reventes d'exemplaires signés sur des sites de ventes en ligne, qui témoigne de l'importance grandissante de la signature. Par ailleurs, l'importance du *slabbing* (mise sous film des comics), le développement d'entreprises de certification et d'un marché spécifique peuvent également évoquer la création de valeur par le biais de pratiques de collection. Comme

---

[7] MARX Karl, *Contribution à la critique de l'économie politique*, Paris, trad. fr 1977, p. 156.
[8] Todd McFarlane Productions est créé sous l'égide d'Image Comics, société regroupant six maisons d'éditions indépendantes.

dans le cas des collections de jouets et figurines, la mise sous film détruit la fonction première de l'objet (être lu, être manipulé) pour en faire un produit à exposer. Du gadget de *Pif* oublié dans des affaires d'enfants mises au grenier à la peluche Alfred exposée dans un musée, en passant par la page de garde acquise à prix d'or et conservée dans une collection privée[9], les usages seconds des incarnations matérielles de la bande dessinée reconfigurent leur statut social, et transforment la scène de la bande dessinée.

Une même question du détournement de l'usage premier à des fins de collection et de conservation se pose dans le cas des institutions. Que faut-il conserver ? les carnets de croquis, les planches non encrées, les premières éditions ? Le princeps correspond-il à la première parution en presse ou livre ? Doit-on favoriser la planche en tant qu'archive du processus de création ou en tant qu'extrait d'une œuvre ? Ces questions sont d'autant plus importantes que les études de génétique s'intéressent de plus en plus à la bande dessinée (DE BIASI, VIGIER, 2016).

Le développement du dessin sur des matériels informatiques modifie considérablement la notion de planche originale. Quel est l'original quand le travail se fait sur un iPad Pro ou sur une Cintiq de Wacom ? Comment les jeunes artistes ne travaillant qu'avec des outils numériques peuvent-il recréer des "originaux" et vendre leurs oeuvres sur un support matériel ? Quelle est l'original dans une œuvre comme *Touch Sensitive*[10], disponible uniquement sur iPad, et peut-on encore réfléchir en termes de planche ? La question de la matérialité des œuvres numériques ne se limite pas, on le voit, aux enjeux d'archivage de formes nativement numériques, mais peut à terme redéfinir des équilibres au sein du paysage du neuvième art.

Il est frappant, de ce point de vue, de comparer la situation de la France et du Japon[11]. Force est de constater que les institutions de chaque pays organisent leur collection de manière très différente en fonction des enjeux politiques, économiques et symboliques. En France, l'histoire du musée de la bande dessinée d'Angoulême s'inscrit dans le cadre d'un élargissement du périmètre des cultures considérées comme légitimes. Sa muséographie embrasse ainsi à la fois les industries culturelles et les démarches d'avant-garde (MOINE, 2019). Au Japon, la création du Musée International du Manga de Kyoto en 2006 relève à la fois d'une forme de

---

[9] En 2014, une double page de garde d'Hergé a battu, à plus de 2,5 millions d'euros, tous les records de salles de vente.

[10] Chris Ware, *Touch Sensitive*, Sudden Oak, 2011.

[11] « La recherche sur la BD en France et en Japon — Quel corpus ? Quelle conservation ? », Lyon, vendredi 25 novembre 2016, Maison internationale des Langues et des Cultures (MILC), Atelier organisé par l'IETT et le LARHRA (atelier transversal « Images, sons, mémoires ») avec le soutien de l'Université Jean Moulin Lyon 3

patrimonialisation de la bande dessinée et d'une volonté de mettre en avant la recherche dans ce domaine. Parallèlement à ces lieux dédiés, les bandes dessinées peuvent être conservées en tant qu'archives historiques ou anthropologiques, comme c'est le cas au British Museum, qui détient des mangas dans ses collections d'art graphique japonais.

Dans le cas du musée du manga à Kyoto, une technique de reproduction des planches originales (*genga*) a été spécifiquement développée pour reproduire à l'identique ces dessins. L'auteure Takemiya Keiko explique comment le processus de numérisation Genga'(Dash) (原画ダッシュ) permet à la fois de préserver les originaux des aléas des transports et de la lumière vive des expositions, tout en permettant de rendre les planches visibles pour les chercheurs[12]. Les moindres traces de crayon de couleur (initialement destinée à disparaître lors de l'encrage), de blanc posé pour rectifier une erreur, ou les commentaires des éditeurs et lettreurs sont ainsi conversés. La planche ainsi conservée est alors une archive du processus d'édition.

Les questions de conservation sont à mettre en lien avec les enjeux de médiation culturelle. Doit-on exposer des planches, des dessins ou des livres ? Doit-on considérer la bande dessinée ainsi exposée comme s'il s'agissait d'objet à voir ou d'objet à lire ? La multiplication récente des expositions autour de la bande dessinée permet de voir comment chaque curateur utilise les matérialités de la bande dessinée dans sa scénographie, que ce soit dans le cadre d'une rétrospective consacrée à un auteur (MÉON, 2016 ; VANGINDERTAEL, 2019), à un phénomène historique ou social (BOUILLON, POINSOT, 2013), à une catégorie de bande dessinée[13]. L'exposition consacrée en 2011 à Hugo Pratt à la Pinacothèque, rassemblant dans une même salle l'intégralité des 163 planches de *La Ballade de la mer salée*, de même que celle consacrée à Robert Crumb l'année suivante au Musée d'art moderne de la Ville de Paris, exposant l'intégralité des planches de sa *Genèse*, témoignent d'une ambition de théâtraliser la célébration de l'auteur, bien plus que d'offrir au visiteur une lecture inédite, le dispositif de spectacularisation s'avérant singulièrement inadapté à la lecture d'œuvres au long cours.

La question de la conservation patrimoniale de la bande dessinée s'articule très étroitement aux enjeux de la matérialité de la recherche en bande dessinée. Il est en effet fréquent que les problématiques de stockage de collections de périodique et d'acidité du papier fasse du microfilm le premier mode d'accès à l'œuvre pour les chercheurs, posant d'énormes problèmes à la fois pratiques, quantitatifs mais aussi épistémologiques : l'art visuel de la bande dessinée ne passe pas sans dommage sur les écrans des lecteurs de microfilms. Aujourd'hui, alors que se multiplient les projets de numérisation de collections ou de séries de périodiques, il paraît indispensable de s'interroger sur la façon dont l'accès à des collections numérisées affecte les

---

[12] "Interview: Takemiya Keiko", in Nicole COOLIDGE ROUSMANIERE, Matsuba RYOKO (Eds), *The Citi exhibition Manga マンガ,* London: Thames & Hudson, Limited, 2019, 352 p. ici p. 258-261 ISBN : 9780500480496

[13] Voir "The Citi exhibition Manga マンガ", London, British Museum, 23 May - 26 August 2019.

questionnements, les méthodes de travail, les méthodologies mises en œuvre. Pour les chercheurs, il est indispensable d'interroger ce « goût de l'archive numérique », la façon dont les dispositifs émergents recomposent notre accès au passé et aux présents du neuvième art. Les chantiers, on le voit, ne manquent pas ; ce dossier de *Comicalités* a pour seule ambition de contribuer à ouvrir le débat.

ALLISON Anne. *Millennial Monsters. Japanese toys and the global imagination*, Los Angeles: University of California Press, 2006, 356 p. ISBN 978-0520245655.

BAETENS Jan. "From Black & White to Color and Back: What Does It Mean (not) to Use Color?", *College Literature*, Vol. 38 (3), "Visual Literature", 2011, p. 111-128.

BARONI Raphaël, GOUDMAND Anaïs (dir.). « Les avatars du chapitre en bande dessinée », *Cahiers de Narratologie* [en ligne], 34, 2018. Disponible sur le Web. URL : https://journals.openedition.org/narratologie/8554.

BAUDRY Julien, *La bande dessinée entre dessin de presse et culture enfantine : relecture de l'œuvre d'Alain Saint-Ogan (1895-1974)*, Thèse de doctorat en histoire et sémiologie du texte et de l'image sous la direction d'Annie Renonciat, Paris VII, 2014, 514 p.

BECKER Howard. *Les mondes de l'art*. Paris : Flammarion, 2010. 380 p. ISBN-13 : 978-2081245648

BERTHOU Benoît. *Éditer la bande dessinée*. Paris : Éditions du Cercle de la librairie, 2016. 123 p. ISBN 9782765414858.

BERTHOU Benoît (dir.). *La bande dessinée : quelle lecture, quelle culture ?* [en ligne]. Paris : Éditions de la Bibliothèque publique d'information, 2015 [consulté le 28 mai 2019]. Disponible sur le Web. URL : <http://books.openedition.org/bibpompidou/1671>. DOI : 10.4000/books.bibpompidou.1671.

BIASI Pierre-Marc de. « Pour une approche génétique de la BD ». *Genesis. Manuscrits – Recherche – Invention* [en ligne]. 2016, n° 43, p. 1942. Disponible sur le Web : http://journals.openedition.org/genesis/1700. DOI : 10.4000/genesis.1700.

BONACCORSI Julia. « La bande dessinée aux prises avec la "machinerie éditoriale" du smartphone ». *Communication & langages*, 2011/1 (N° 167), p. 87-105. Disponible sur le Web : https://www.cairn.info/revue-communication-et-langages1-2011-1-page-87.htm DOI : 10.4074/S0336150011011070.

BOUILLON Hélène, POINSOT Marie. « Quand la bande dessinée s'empare de la mémoire ». *Hommes & migrations*, 1303 | 2013, Disponible sur le Web. URL : http ://journals.openedition.org/hommesmigrations/2584.

BROUGÈRE Gilles. *La ronde des jeux et des jouets. Harry, Pikachu, Superman et les autres,* Paris : Autrement, « Mutations », 2008, 160 p. ISBN 978-2746711150

BROUGÈRE Gilles. « Ludo-aliment, fun food ou eatertainment : nourriture et culture enfantine de masse », in BROUGÈRE Gilles et Valérie-Inès DE LA VILLE (dir.), *On ne joue pas avec la nourriture ! Enfance, divertissement, jeu et alimentation : entre risques et plaisirs*, *Cahiers de l'Ocha* n°16, 2012, p. 14-23.

CHARTIER Roger. *L'ordre des livres : lecteurs, auteurs, bibliothèques en Europe entre XIVe et XVIIIe siècle.* Aix-en-Provence : Alinea, 1992, 118 p. ISBN 2740100248.

CHASSAGNOL Anne. « L'immeuble mode d'emploi : Building Stories ou l'art de dégrafer le roman graphique américain ». *Revue de recherche en civilisation américaine* [en ligne], 5, 2015 [consulté le 28 mai 2019]. Disponible sur le Web. URL : http://journals.openedition.org/rrca/696.

CONDRY Ian. *The soul of anime: Collaborative creativity and Japan's media success story,* Durham: Duke University Press, 2013, 252 p. ISBN 978-0822353942

COUDERC Marie-Anne. *Bécassine inconnue*, Paris : CNRS éditions, 2001, 306 p. ISBN 2271057221.

CRUCIFIX Benoît, « From Loose to Boxed Fragments (and Back Again). Seriality, the Graphic Novel, and Chris Ware's Building Stories ». *Journal of Graphic Novels and Comics* [en ligne], 2017, 9:1, 3-22. DOI : 10.1080/21504857.2017.1303619

DE BIASI Pierre-Marc, VIGIER Luc, « Bande dessinée », *Genesis*, 43, 2016. Disponible sur le Web. URL : https://journals.openedition.org/genesis/1418 ISBN : 9791023105490.

DÉTREZ Christine, VANHÉE Olivier. *Les mangados : lire des mangas à l'adolescence. Nouvelle édition* [en ligne]. Paris : Éditions de la Bibliothèque publique d'information, 2012 [consulté le 29 mai 2019]. Disponible sur le Web : https://books.openedition.org/bibpompidou/321. DOI : 10.4000/books.bibpompidou.321.

GABILLIET Jean-Paul. *Des comics et des hommes : Histoire culturelle des comic books aux Etats-Unis,* Nantes : Editions du Temps. 2005. 478 p. ISBN : 978-2842743093

GODDIN Philippe. *Hergé : chronologie d'une œuvre*. Bruxelles : Moulinsart. 7 tomes, 2000-2011.

GORDON Ian, *Comic strips and consumer culture, 1890-1945*, Washington D.C., Smithsonian Institution Press, 1998. 233 p. ISBN : 1560988568.

GORGEARD Frank-Michel. « Le classique en bande dessinée », *Comicalités. Études de culture graphique* [en ligne]. « La bande dessinée, un "art sans mémoire" ? », 2011. Disponible en ligne. URL : http://journals.openedition.org/comicalites/296.

HABRAND Tanguy. « La « récupération » dans la bande dessinée contemporaine ». *Textyles*. N° 36-37, 2010, p. 75-90.

HAGUE Ian. *Comics and the Senses.* London: Routledge, 2018. 216 p. ISBN : 978-1138548398

HATFIELD Charles. *Alternative Comics: An Emerging Literature*. Jackson: University Press of Mississippi, 2005. 182 p. ISBN : 1578067197.

HEINICH Nathalie. « L'artification de la bande dessinée », *Le Débat*, 3, n° 195, 2017, p. 5- 9.

JENKINS Henry. *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York: NYU Press, 2006. 368 p. ISBN : 978-0814742815

JOHNSON Derek. *Media Franchising: Creative License and Collaboration in the Culture Industries.* New York: NYU Press, 2013. 300p. ISBN : 978-0814743478

KASHTAN Aaron. *Between Pen and Pixel: Comics, Materiality, and the Book of the Future.* Colombus: Ohio State University Press, 2018. 224 p. ISBN : 978-0814254707

KOHN Jessica. *Travailler dans les petits Mickeys. Les dessinateurs-illustrateurs en France et en Belgique (1945-1968)*. Thèse de doctorat en histoire sous la direction de Laurent Martin et Jean-Paul Gabilliet. Paris, Université Paris III, 2018. 879 p.

LACHARTRE Alain. *Malabar, Histoire de Bulles.* Paris: Dupuis, 2015, 384 p. ISBN : 978-2800163321

LAMARCHE-AMIOT Mélanie. « Spirales et anneaux de Möbius dans *Le Processus* et *Le début de la fin* de Marc-Antoine Mathieu ». *Tangence,* 68, 2002, p. 33-49.

LEFÈVRE, Pascal. « The Importance of Being "Published". A Comparative Study of Different Comics Formats ». In CHRISTIANSEN Hans-Christian et MAGNUSSEN Anne. *Comics & Culture: Analytical and Theoretical Approaches to Comics*. Copenhagen: Museum Tusculanum Press, 2000, p. 91105. ISBN 8772895802.

Pascal Lefèvre et Charles Dierick (eds.). *Forging a new medium : the comic strip in the nineteenth century*. Bruxelles : VUB University Press, 1998. 214 p. ISBN 9054872063.

LEMAY Sylvain. « *L'Origine* de Marc-Antoine Mathieu, ou le surcroît de l'œuvre », *MEI. Media et information,* 26, 2007, p. 195-205.

LESAGE Sylvain. *Publier la bande dessinée. Les éditeurs franco-belges et l'album, 1950-1990*. Villeurbanne : Presses de l'ENSSIB, 2018, 424 p. ISBN 9791091281904.

LESAGE, Sylvain. *L'Effet livre. Métamorphoses de la bande dessinée*. Tours : Presses universitaires François-Rabelais, 2019. 432 p. ISBN 9782869067202

LETOURNEUX Matthieu. *Fictions à la chaîne. Littératures sérielles et culture médiatique*. Paris : Le Seuil, 2017. 560 p. ISBN 9782021320886.

MARTIN Côme. « Chris Ware, une œuvre entre segmentation et agrégation ». *Cahiers de Narratologie* [en ligne], 34, 2018. Disponible sur le Web. URL : http://journals.openedition.org/narratologie/8805.

MATHIEU Marc-Antoine. *L'Origine* (*Julius Corentin Acquefacques, prisonnier des rêves*, tome 1), Paris : Delcourt, 1991. 44 p. ISBN 2906187798.

MCKENZIE Donald F., *La Bibliographie matérielle et la sociologie des textes*. Paris : Cercle de la Librairie, 1991. 119 p. ISBN : 2765404755

MENU Jean-Christophe. *Plates-Bandes*. Paris : l'Association, 2005. 76 p. ISBN : 9782844141644.

MÉON Jean-Matthieu, « L'artiste plutôt que son art ? Hergé au Grand Palais et les expositions de bande dessinée », 28 septembre 2016, https://theconversation.com/lartiste-plutot-que-son-art-herge-au-grand-palais-65440

MOINE Florian. « Le tournant *(À Suivre)* de Casterman. Histoire d'une métamorphose éditoriale ». In LESAGE Sylvain & MEESTERS Gert (dir.). *(À Suivre). Archives d'une revue culte*. Tours : Presses Universitaires François-Rabelais, 2018, p. 5574.

MOINE Florian, « Construire la légitimité culturelle du Neuvième Art », *Belphégor* [En ligne], 17, 1 | 2019, mis en ligne le 25 mars 2019, http://journals.openedition.org/belphegor/1593 ; DOI : 10.4000/belphegor.1593.

PEETERS Benoît et SAMSON Jacques. *Chris Ware : la bande dessinée réinventée*. Bruxelles : les Impressions nouvelles, 2009. 157 p. ISBN 9782874490859

PIQUARD Michèle, *L'édition pour la jeunesse en France de 1945 à 1980 : stratégies et discours des éditeur*, Thèse de doctorat en communication sous la direction de Michel Palmer, Paris III, 2000, 676 p.

POLLET Étienne. *L'Île noire. Les tribulations d'une aventure*. Bruxelles : Casterman, 2005, 62 p. ISBN 2203017201.

ROBERT Pascal. « De la « subversion sémiotique » comme mode d'existence matériel de la bande dessinée ». *Communication & langages,* 167, 2011, p. 53- 71.

ROCHE Daniel. *Histoire des choses banales : naissance de la consommation dans les sociétés traditionnelles, XVIIe-XIXe siècle*. Paris : Fayard, 1997. 329 p. ISBN 9782213598048.

RHODE Michael. "The Commercialization of Comics: A Broad Historical Overview", *International Journal of Comic Art*, Fall 1999, vol. 1, no 2, p. 143170.

ROLIN Jean, DEVIL Nicolas. *Saga de Xam*. Paris : Losfeld, 1967. Np.

STEINBERG Marc. *Anime's media mix: Franchising toys and characters in Japan*, Mineapolis: U of Minnesota Press, 2012, 304 p. ISBN 978-0816675500

THÉRENTY Marie-Ève. « Pour une poétique historique du support », *Romantisme*, 2009, n° 143 (1) p. 109115. Disponible sur le Web. URL : https://www.cairn.info/revue-romantisme-2009-1-page-109.htm. DOI : 10.3917/rom.143.0109.

VANGINDERTAEL Zoé, « La représentation muséale de l'auteur de bande dessinée : enjeux d'une dialectique entre l'artiste et l'artisan », *Comicalités*, « Représenter l'auteur de bandes dessinées », 2019. URL : http://journals.openedition.org/comicalites/3431