HAL open science

BD-Reportage : raisons d'un genre en plein essor

Benoit Mitaine

To cite this version:

Benoit Mitaine. BD-Reportage : raisons d'un genre en plein essor. Scoops en stock. BD-Reportage : raisons d'un genre en plein essor, , pp.39-54, 2021, 9782825711248. hal-03465945

HAL Id: hal-03465945

https://hal.science/hal-03465945

Submitted on 20 Mar 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.

CHAPITRE I

Spécificités de la BD-reportage

◆

BD-reportage : raisons d'un genre en plein essor

Benoît Mitaine

Le grand reportage est « né de la rencontre de deux crises d'identité : celle d'un journalisme d'information mal affranchi de la tradition française de l'écriture, à la recherche de sa légitimité et de sa formule, et celle d'une littérature soucieuse de donner à l'œuvre le poids de l'existence »[1]. Cette analyse de Myriam Boucharenc renvoyant à la naissance du grand reportage dans les années 1930 trouverait intérêt à être reformulée pour être appliquée à la BD-journalisme afin de comprendre de quelle(s) crise(s) pourrait découler ce genre hautement hybride. En paraphrasant notre citation d'ouverture, il apparaît, ici aussi, que la BD-journalisme est née de deux crises d'identité, celle d'un journalisme d'information désincarné et discrédité, et celle d'une bande dessinée aux frontières mouvantes et encore soucieuse de parfaire sa légitimité en se lestant du « poids de l'existence ». La question des origines et des raisons de l'essor de ce genre sera au cœur de notre développement et se fera en deux temps : il s'agira d'abord de revenir sur les causes de la crise qui traverse le monde de l'information et d'en rappeler ses principaux symptômes ; puis, après avoir redonné les grands marqueurs de l'ADN de la BD-journalisme, nous verrons alors, en nous arrêtant sur la quadruple question : *a)* du *façonnage* ; *b)* de *l'artialisation* ; *c)* de la *narrativisation* et *d)* de *l'engagement*, que l'identité et le succès de ce genre ne sauraient se comprendre sans la crise qui affecte la sphère médiatique.

Crise des médias

Depuis qu'Internet est devenu un média de masse, l'activité sismique sur la « planète médias » fait chanceler et trembler les anciens modèles qui étaient à la base de « l'écosystème médiatique »[2] traditionnel. Pour reprendre le vocabulaire d'Ignacio Ramonet, la « logique verticale » de la circulation de l'information a largement volé en éclats et « l'ère des médias de masse » avec ses journalistes-vedettes qui officiaient comme des « prêtres séculiers » tous les soirs à 20 heures semble avoir cédé le pas à une « logique horizontale » marquée par le « sacre de l'amateur », ce que Ramonet nomme « l'ère de la masse de médias[3] ».

L'épuisement de la presse écrite[4] ainsi que l'érosion de l'audimat des journaux télévisés[5] sont certes liés à la nouvelle tectonique des plaques médiatiques, dont Internet est l'épicentre, mais s'en tenir à ce simple constat dynamique de remplacement inaltérable de l'ancien par le nouveau reviendrait à absoudre les médias du XXe siècle (presse, télévision, radio) de pratiques qui n'ont fait qu'accélérer leur déclin et ancrer leur discrédit dans la mémoire collective.

L'un des griefs qui revient avec le plus de force tient grandement au fait que la presse et les médias en général sont placés sous la férule d'une poignée de grands patrons[6], tant en France qu'à l'étranger, où des noms comme Murdoch, Berlusconi, Dassault, Arnault, Bolloré, Bouygues et d'autres rappellent que la liberté des médias a pour limite les intérêts économiques de ceux qui les possèdent. Le second grief, qui découle en partie du premier, vient du discrédit qui frappe la presse depuis des années[7]. Certes, la manipulation et la propagande ne datent pas d'hier, comme suffirait, par exemple, à nous le rappeler un bref regard rétrospectif sur le comportement de la presse durant la Première Guerre mondiale[8]. Néanmoins, suite aux événements politiques qui ont façonné les années 1960 (antimilitarisme, anticolonialisme, mouvements révolutionnaires, effondrement progressif des grands récits d'émancipation, etc.), l'« ère du soupçon[9] » médiatique s'est généralisée. S'en est suivie la publication d'ouvrages à charge contre les médias comme *La Fabrication du consentement* en 1988 par Noam Chomsky et Edward S. Herman[10] ou, en 1997, en France, la publication des *Nouveaux chiens de garde* de Serge Halimi[11], véritable best-seller qui fera scandale. Un an plus tard, grâce au financement collaboratif, Pierre Carles parvenait à diffuser en salle *Pas vu pas pris* (1998), un documentaire qui faisait clairement écho aux *Nouveaux*

chiens de garde. Autant d'entreprises qui dénoncèrent avec virulence les accointances entre journalistes, milieu politique et milieu d'affaires et qui dévoilèrent les coulisses peu reluisantes de l'information : le bidonnage de reportages (les fausses interviews de Patrick Poivre d'Arvor par exemple), les enquêtes bâclées, les soi-disant « experts indépendants[12] » ou les campagnes de propagande qui, sous couvert d'objectivité journalistique, ne visaient qu'à faire plier l'opinion dans un sens ou dans l'autre[13].

Enfin, dans un registre différent qui relève sans doute bien moins de la malveillance délibérée que d'un phénomène complexe d'emballement médiatique, il est difficile de boucler cet inventaire non exhaustif des dérives du journalisme, sans souligner le phénomène toujours plus décrié de l'infobésité[14], cette déferlante d'informations indiscriminées qui vient saturer chaque jour nos canaux et nos cerveaux. Il ressort de ces décennies d'égarement médiatique que l'aura du journalisme s'est émoussée, que son audience s'est délitée et que le « quatrième pouvoir », censé être un des contre-pouvoirs constitutifs du socle démocratique, a largement perdu de sa vertu.

S'il semble à présent acquis qu'un autre monde n'est pas possible[15], à défaut, un autre journalisme l'est peut-être. C'est là le pari « éthique et économique[16] » fait par les fondateurs de *mooks*[17], qui sont à l'heure actuelle en France les principaux véhicules du « journalisme narratif[18] », et tout particulièrement par Laurent Beccaria et Patrick de Saint-Exupéry, les pères de la revue *XXI*. Auteurs en 2014 du manifeste « Un autre journalisme est possible[19] », Beccaria et Saint-Exupéry plaident notamment pour un retour aux **quatre fondamentaux du journalisme** que sont, selon eux : le temps, le terrain, l'image et la cohérence :

– *Temps*. Il faut retrouver le temps perdu et ce retour en arrière ne peut se réaliser que sur un principe de *slow journalism* ou de décroissance médiatique qui consiste non pas à faire plus avec moins mais au contraire à faire moins (sans forcément avec plus) mais mieux ;

– *Terrain*. Il faut renvoyer les journalistes sur le terrain non pas pour faire des « sons » et des « micro-trottoirs » au pied de leur rédaction, mais redonner au grand reportage de terrain son importance. C'est un journalisme de temps long (coûteux) qui échappe à la logique du *flash*, des *news*, du *scoop* et du *buzz* ;

– *Image*. Ce journalisme de niche onéreux ne peut prospérer que si le public est prêt à en payer le prix et une façon de séduire le lectorat

consiste à livrer les reportages dans un bel écrin, un volume élégant, qui attire l'œil sans toutefois que l'image finisse par se résumer à du *packaging* de façade ne servant qu'à faire vendre. L'image est aussi à prendre au sens premier du terme, c'est-à-dire du contenu informatif sous forme de dessins ou de photos[20] dans une proportion très importante ;

– *Cohérence.* Elle ne peut se réaliser qu'au prix exorbitant de l'indépendance financière et de l'abandon des logiques éditoriales serviles subordonnées aux ciblages des publics par algorithmes. Et Beccaria et Saint-Exupéry de conclure leur manifeste en ajoutant que ce n'est qu'au prix de ces renoncements que la presse « rétablira une relation de confiance[21] » avec le public.

S'il m'a semblé intéressant de revenir longuement sur ce manifeste que l'on peut trouver facilement sur Internet, c'est parce que *XXI* est en France, depuis sa création en 2008, à l'origine d'une nouvelle vague éditoriale – les *mooks*[22] – qui connaît un succès retentissant[23] et également parce que cette revue est à considérer comme l'un des catalyseurs[24] de l'explosion du journalisme graphique sur le marché franco-belge depuis les années 2010. Certes, le journalisme graphique et le BD-reportage sont largement antérieurs aux *mooks*[25], mais la lame de fond de la bande dessinée de non-fiction et la constitution éclair du genre « journalisme graphique » en particulier semblent difficilement dissociables du succès commercial remporté par *XXI* et par *La Revue dessinée*[26] (fondée en 2013). Bien entendu, et les éditeurs ne le savent que trop bien, un succès commercial, ça ne se décrète pas. Alors, outre une présentation très soignée des BD-reportages, il faut expliquer l'attrait du public pour ce type de produits et, pour en revenir à notre problématique initiale, essayer de décliner les raisons de ce genre en plein essor.

Le fait que le BD-journalisme, qui doit être entendu comme une déclinaison graphique du journalisme narratif, progresse là où la presse quotidienne généraliste recule ne saurait se comprendre par le seul motif que les journalistes et les médias dominants ont perdu la confiance du public. Ces deux tendances contraires, l'une ascendante, l'autre descendante, ne doivent pas conduire à penser qu'il s'agirait d'un report mécanique de lecteurs d'un média vers un autre. L'information proposée par la presse quotidienne n'a beau être en rien superposable à celle délivrée dans les reportages estampillés « journalisme graphique », leur public, lui, l'est, car les *mooks* et la presse quotidienne se partagent bel et bien

un même marché, celui de l'information, à ceci près qu'ils opèrent aux deux extrémités de l'arc informatif sans jamais se chevaucher. L'un fait dans le vrac, le général, la forme brève, le flux tendu, la tyrannie de l'urgence en cherchant à coller à l'actualité coûte que coûte ; l'autre, à l'inverse, fait dans le ciblage, le temps long et le grand format. C'est le même constat que font Audrey Alvès et Marieke Stein dans leur ouvrage intitulé *Les Mooks. Espaces de renouveau du journalisme littéraire* :

> Contre la dématérialisation de l'information, le *mook* choisit la matérialité et l'esthétique du support ; contre la gratuité, le prix élevé ; contre le financement par la publicité, l'indépendance ; contre l'actualité brûlante, la réflexion et le recul ; contre les sujets fédérateurs, un choix de sujets décalés, marginaux, parfois légers et parfois graves, voire difficiles ; contre l'obsession du numérique, une préférence pour le papier [...]. Ce faisant, le *mook*, qui semble se définir « contre », s'avère en réalité complémentaire de ce journalisme de flux[27].

Ligne claire pour temps obscurs

Cette ligne de démarcation entre journalisme de flux et journalisme narratif est une première réponse fondamentale pour comprendre l'actuelle popularité du BD-reportage, mais les *mooks* dessinés et les albums BD n'ont pas le monopole de l'approche thématique et du temps long pour traiter un sujet. À titre d'exemple, *Le 1*, dirigé par Éric Fottorino, ne comporte que du texte (ou presque) et se focalise chaque semaine sur un sujet unique afin d'échapper « au trop-plein désordonné qui brouille le sens des événements », comme indiqué sur la page d'accueil de leur site Internet. *Le Monde diplomatique* pourrait être un autre exemple de périodique qui fonctionne sur le temps long et l'approche thématique. Alors où est l'originalité du BD-reportage ?

Au lieu de chercher l'exhaustivité, tentons plutôt de nous concentrer sur quelques composants structurels qui pourraient contribuer à expliquer le regain d'intérêt pour cette littérature du factuel en image. J'en retiendrai quatre : 1. le façonnage (*homo faber*) ; 2. l'artialisation (*homo aestheticus*) ; 3. la mise en intrigue (*homo narrans*) ; 4. l'engagement (*homo politicus*).

Homo faber. *Dessiner : un artisanat rassurant*

Et si le BD-reportage devait une part de son succès davantage à ce qu'il a d'intemporel que d'innovant ? Technologiquement, le BD-reportage repose sur une économie de moyens de nature à instaurer dès le départ un contrat de confiance simple et clair reposant sur des outils rassurants : un crayon, un pinceau, un papier. De la même manière qu'en art Henri Focillon pouvait écrire que « les matières comportent une certaine destinée ou, si l'on veut, une certaine vocation formelle[28] », le choix de l'outil de captation du réel (le moyen), sans même encore parler du médium, aura nécessairement une influence sur le producteur et le récepteur.

En l'occurrence, les techniques de captation du réel sont limitées et peuvent être divisées en deux grandes catégories : d'un côté, celle des **outils** comme le crayon, la plume, le pinceau, le burin, le ciseau, etc., qui produisent des œuvres en différé, qui demanderont du temps, comme le dessin, la peinture, l'écriture, la sculpture, la gravure ; et d'un autre côté, celle des **appareils** comme le magnétophone, l'appareil photographique, la caméra, le caméscope, etc., qui reproduisent le réel (plus ou moins) instantanément sur des supports qui vont du papier à la bande magnétique en passant par le codage numérique[29].

Les appareils de captation du réel en direct (comme la caméra) se caractérisent par une distance avec l'objet à saisir et interdisent le contact direct avec la matière. Cette distance physique est à additionner à deux autres éléments complexes : d'une part, l'appareil est un système technique automatisé peu personnalisable dans son intégralité et marqué forcément par une forme d'impersonnalité ; d'autre part, si on prend le cas de la vidéo, entre le produit brut et le produit fini diffusé sur écran, il faudra de nombreuses étapes de traitement, de montage ainsi que l'intervention d'autres appareils intermédiaires qui viendront s'ajouter entre le producteur, l'émetteur et le récepteur. Dans ces conditions, être maître de son œuvre ou de son reportage devient un bien grand mot. À titre d'exemple, le long processus de réalisation d'un reportage télévisé pour le journal de 20 heures rend toute signature très relative dès lors que l'œuvre passe par de nombreux cribles institutionnels[30] et techniques (opérateurs et techniciens) avant d'être visible. Or, quand il s'agit de rapporter le réel, l'*effet-signature* revêt une grande importance dans le pacte de confiance.

À l'inverse des appareils, les outils du différé se distinguent par le lien charnel qu'ils maintiennent entre le corps produisant et l'œuvre produite : ils sont un prolongement physique, un trait d'union entre la main et la matière. Plus encore, sur un plan réceptif et phénoménologique de nature plus psychique et émotionnelle, la notion d'outil réveille en l'homme une chaîne d'affects et de valeurs plus ou moins conscients qui conduisent à associer la primitivité de l'outil (le crayon, la plume, le pinceau) et de la matière (le papier) aux figures rassurantes et intemporelles de l'artisan, de l'artiste, de l'auteur, autant d'individus identifiables parce que fiables dans leur identité simple. Ces figures sont d'autant plus rassurantes qu'elles sont associées à l'idée d'un travail manuel, d'un savoir-faire, d'un travail honnête et patient qui sent l'effort : on est dans l'intelligence millénaire du geste. Néanmoins, cette valeur-travail n'est remarquable (dans les deux sens du terme) que parce qu'elle est porteuse d'une sensibilité, d'une émotion, d'une vision du monde : ce qu'on appelle en un mot une *signature* ou une *griffe*. Le BD-journalisme, comme souvent en bande dessinée, respire à chaque coup de crayon la signature de l'auteur, la patte du maître, et l'on ne pourra qu'être d'accord avec Philippe Marion lorsqu'il parle d'« effet constant de signature » ou de « permanence d'une trace graphique énonciatrice[31] », phénomènes qu'il synthétise sous le concept de « graphiation[32] ».

Homo aestheticus : *vers l'artialisation du monde marchand*

Cet « effet constant de signature » qui est au fondement de l'art et de l'artisanat explique pour une part non négligeable la force d'attraction de la bande dessinée (et avec elle du BD-reportage). De la même façon que ce qui fait la spécificité d'un texte littéraire, c'est la « littérarité » (R. Jakobson) qui découle de son « unicité » (M. Riffaterre), la bande dessinée doit sa force à l'« artialité » (sa part d'art) qui découle de l'unicité du style déployé par l'auteur. Qu'il y ait une forte tension artistique dans la bande dessinée ne doit pas surprendre, mais que l'information en vienne à être artialisée, c'est plus étonnant sauf à penser comme Lipovetsky et Serroy que le « capitalisme artiste », monde dans lequel tout objet marchand doit être esthétisé, s'est substitué au capitalisme classique.

Gilles Lipovetsky et Jean Serroy défendent en effet l'hypothèse que notre civilisation est entrée dans une nouvelle ère, celle du tout esthétique qui voudrait que le moindre objet soit artialisé. Si les deux essayistes voient juste, alors il est difficile d'imaginer une meilleure artialisation de l'information qu'en la passant à la moulinette de la bande dessinée.

À l'âge du « capitalisme artiste », « on ne vend pas seulement un produit, mais du style, de l'élégance, de la beauté, du *cool*, des émotions, de l'imaginaire, de la personnalité[33] », ajoutent Lipovetsky et Serroy. « Le monde marchand est devenu tout à la fois valeur d'usage, valeur d'échange et valeur esthétique : le capitalisme artiste est ce système dans lequel industrie et art, marché et création, utilité et mode, marque et style ne sont plus disjoints[34] ». Le BD-journalisme et les *mooks*, en concourant à l'esthétisation de l'information, sont une déclinaison de l'artialisation des biens de consommation culturels à des fins tant économiques (vendre plus et plus cher) que pragmatiques (la tension artistique, couplée aux valeurs positives de l'*homo faber* qu'elle véhicule, donne un supplément d'âme à un journalisme désincarné).

Bien entendu, même à l'ère du capitalisme artiste, le BD-journalisme restera toujours confiné à une production marginale dans le sens où l'artialisation de l'information se concentre essentiellement sur un genre journalistique : le reportage. Ce n'est pas un hasard. Plus que tout autre genre, le reportage est perméable à l'hybridation artistique et littéraire, il est la forme reine du journalisme narratif, ce journalisme « qui se lit comme un roman[35] », selon la formule de Tom Wolfe[36]. Tant dans sa version française telle qu'elle a été modelée par Albert Londres dans les années 1920-1930 que dans sa version américaine du *new journalism* à la Tom Wolfe ou du *gonzo journalism* à la Hunter S. Thompson dans les années 1970, le reportage est le genre par prédilection de la narration subjective, d'une expression moins corsetée et plus propice aux écarts artistiques et littéraires. En un mot, le reportage porte fièrement l'*effet-signature* là où le journalisme traditionnel cherche à l'écraser. Ce qui nous amène à notre troisième signe identitaire du BD-reportage : la construction intrigante.

Homo narrans
ou la subjectivité «intrigante»

Le *crossover* dans cet attelage médiatique qu'est la bande dessinée de reportage agit à deux niveaux de profondeur qui relèvent pour beaucoup de la distinction entre le tabulaire et le linéaire établie par Pierre Fresnault-Deruelle dans son article fondateur de 1976[37]. La forte tension artistique qui innerve le genre BD-journalistique exerce en premier lieu une séduction visuelle, de surface, qui est de nature tabulaire ; en revanche, le tressage narratif issu du brin propre à la narration de reportage couplé aux deux brins de la narration iconique et textuelle constitutive de la bande dessinée instille une autre forme de séduction, plus lente, plus en profondeur, relevant de l'intrigue, et donc davantage du linéaire.

La texture addictive du BD-reportage tient en bonne partie à l'alliance de ces deux savoir-faire narratifs, l'un rhétorique, façonné pour traiter le factuel avec l'élégance du littéraire ; l'autre graphique, reconnu pour ses vertus esthétiques, synthétiques, diagrammatiques et métaphoriques qui veulent qu'un dessin, en plus d'être séduisant, soit égal à mille mots. La beauté attire l'œil, mais ce sont les techniques empruntées au journalisme narratif qui vont rendre définitivement captif le lecteur de BD-reportage. La mise en intrigue étant à la source de nombreuses émotions, Raphaël Baroni a raison de se battre pour la remettre au cœur de la narratologie, car c'est bien en racontant une histoire de façon «réticente[38]», pour mieux retarder son dénouement, que l'on accroche son lecteur. Sans intrigue, pas de plaisir de lecture ! En ce sens, la mécanique de la «réticence» déployée par le reportage s'oppose clairement à celle de l'article informatif qui se doit de répondre dès les premières phrases (le *lead*) aux cinq grandes questions de base, les cinq W : *what*, *who*, *where*, *when*, *why*.

Marie-Ève Thérenty voit même la mise en intrigue du récit comme un conservateur de mémoire sans lequel tout événement deviendrait irrémédiablement évanescent, ce qu'elle synthétise avec la formule suivante : «l'actualité n'échappe à la péremption que par la littérarisation, voire par la fictionnalisation[39]». Mise en intrigue, littérarisation et artialisation bédéique, en tant que déclencheurs de charges émotionnelles et en tant que bains fixateurs de l'évanescent, sont en somme les ingrédients structurels de tout BD-reportage qui cherche à se donner à lire «comme un roman».

Le BD-journalisme, comme le roman graphique avec qui il partage la même stratégie d'intrigue, mise beaucoup sur la signature, comme cela a été amplement commenté. Il est par exemple entendu que lorsqu'un journal commande un reportage à un écrivain célèbre, on attend de lui « un double jeu énonciatif » qui veut que « l'auteur devra faire entendre le son de sa voix en même temps que la sonorité du réel[40] ». Il en ira de même avec un dessinateur : il devra livrer des planches aux couleurs de sa graphiation tout en devant se plier aux lois d'airain du journalisme pour ne pas dénaturer les faits et afin d'éviter tout sentiment indésirable d'*effet d'irréel* et de *ça-n'a-pas-été* sur le récit[41].

Le risque de fictionnalisation par excès de littérarisation et d'esthétisation est toutefois modéré même si certains dispositifs semblent jouer les fonctions de pare-feu. Il en va ainsi du recours marqué à la diagrammatisation ainsi que de l'ajout fréquent dans le paratexte d'une bibliographie ou de pièces documentaires complémentaires qui viennent attester de la véracité du propos. Toutefois, et pour aussi contraire que cela puisse être aux principes journalistiques académiques, l'un des pare-feu les plus utilisés pour contrebalancer le risque d'une fictionnalisation involontaire (un mauvais *effet-BD*) est la souscription au pacte du « Je », pacte narratif frappé du sceau de la « référentialité » :

> Exactement comme le discours scientifique ou historique, ils [les textes référentiels] prétendent apporter une information sur une « réalité » extérieure au texte, et donc se soumettre à une épreuve de *vérification*. Leur but n'est pas la simple vraisemblance, mais la ressemblance au vrai. Non « l'effet de réel », mais l'image du réel. [...] Le pacte référentiel [...] est en général coextensif au pacte autobiographique, difficile à dissocier [...]. La formule en serait non plus « Je soussigné », mais « Je jure de dire la vérité, toute la vérité, rien que la vérité[42] ».

L'omniprésence de l'auteur, d'abord à travers son style (la graphiation), mais aussi assez souvent par son autoreprésentation (école qui va de Cabu à Joe Sacco en passant par Davodeau), fait basculer irrémédiablement l'énonciation vers la « référentialité », la « subjectivité assumée[43] » et vers ce que Philippe Marion appelle aussi astucieusement une « posture du doute en acte[44] », c'est-à-dire un journalisme « qui s'oppose frontalement à l'idéologie à jamais perdue de l'objectivité » (*ibid.*). Dans le BD-reportage, et à la différence du journalisme académique, il ne s'agit

nullement de prétendre délivrer la Vérité, l'unique qui soit et qui vaille, mais une vérité construite sur une vision particulière des choses, une vérité qu'on ne saurait disjoindre d'une forme de *praxis* pétrie de *gnosis*.

Homo politicus.
Le BD-reportage : entre gnosis et praxis

Il n'aura échappé à personne, sans même parler de Cabu, Davodeau ou Sacco, que les sujets de BD-reportage, même lorsqu'ils sont issus de commandes, sont souvent porteurs d'une subjectivité éthique qui se manifeste par un dévoilement plus ou moins mesuré des inquiétudes ou des indignations de l'auteur. Or, la mise en intrigue d'un sentiment d'indignation afin de convaincre le lecteur, d'emporter son adhésion à sa cause, de chercher à provoquer en lui une réaction, c'est déjà de la *praxis*, c'est-à-dire un récit ordonné à l'action, à un résultat.

Albert Londres (1884-1932), le père du grand reportage, était lui-même tourné vers un journalisme narratif de la *praxis* qui a fait de son œuvre « une œuvre de refus » qui reflète « sa conception de la vie et de la mort[45] ». Londres, ajoute Joëlle Deluche, était un « humaniste de terrain » « persuadé que les lieux problématiques, que les situations conflictuelles, que les êtres en souffrance méritent mieux que l'image simpliste, unilatérale qui résulte de l'étude de dossiers[46] ».

Le risque de l'excès d'implication est de verser dans le reportage à thèse, trop subjectif, trop militant et finalement contre-productif. C'est ce qui fait que bien souvent l'imprégnation du terrain est doublée d'une solide étude de dossiers. D'où la recrudescence de prologues, postfaces, bibliographies et autres annexes paratextuelles en fin de reportage afin d'afficher les signes de la rigueur documentaire et du respect d'une déontologie journalistique élémentaire qui passe notamment par un croisement systématique des données. La « rhétorique de l'amont[47] », c'est-à-dire la « relation intime au terrain », n'est de nos jours appréciée que lorsqu'elle est épaulée par une rhétorique de l'aval qui permettra au lecteur d'aller vérifier les sources si bon lui semble. Autrement dit, pas de *praxis* sans *gnosis*.

Joe Sacco s'inscrit pleinement dans cette grande lignée des journalistes engagés qui va d'Albert Londres à Ryszard Kapuściński[48] en donnant la priorité aux victimes, à la souffrance des gens et en

exhibant l'injustice. Dans une interview récente, Joe Sacco déclarait : « L'important dans le journalisme, c'est l'engagement. Les faits importent. La réalité importe. Mais les victimes l'emportent. Il faut remettre en question le pouvoir. Voilà les fondements moraux qu'il faut défendre[49] ». Sacco défend un journalisme éthique et moral, un journalisme humaniste, un journalisme de contre-pouvoir qui veut donner voix aux victimes et aux dominés de l'histoire. Partant de ce même constat, on ne pourra qu'abonder dans le sens de Marie-Ève Thérenty lorsqu'elle signale savamment que « La catabase constitue souvent la figuration symbolique du reportage social qui choisit toujours les lieux marginaux, comme les bas-fonds urbains par exemple. La référence infernale, encore aujourd'hui, constitue comme une marque sigillaire, une garantie générique du reportage ». Le journalisme dessiné, en narrativisant, en intriguant, en artialisant son objet et en s'embarquant dans son sujet (le *gonzo journalism*), a pour vocation de générer des émotions là où, au contraire, le journalisme traditionnel se doit de rester à distance. À l'évidence, cette différence est une des recettes du succès du genre. Il faut aussi supposer que l'affichage de sa couleur politique et de ses valeurs éthiques et morales est du goût de ceux qui ne se retrouvent plus dans un monde politiquement déboussolé où les récits d'émancipation de naguère ont laissé un boulevard à de nouveaux récits, notamment religieux, qui n'appellent pas à l'espoir.

En somme, le BD-journalisme, cette association harmonieuse d'*homo faber*, d'*homo aestheticus*, d'*homo narrans* et d'*homo politicus* ne fait qu'une chose : replacer l'humain au cœur du récit, et ce faisant au cœur de l'Histoire, comme ne cesse de nous le rappeler l'heureux jeu de mots anglophone *his story/History*. Le journalisme dessiné, en s'affichant comme un plaidoyer pour le retour de l'auteur, du récit, de l'intrigue, du personnage, de l'émotion, de l'engagement et en misant sur un tressage médiatique à forte tension artistique issu de la fusion du verbe et de l'image, réincarne l'information en lui redonnant le « poids de l'existence » perdu et offre à la bande dessinée de nouveaux horizons prometteurs. À l'aune de ces considérations conclusives et à l'instar de l'écrivain espagnol Jorge Carrión, peut-être n'est-il pas absurde, en effet, de considérer le BD-reportage comme la forme qui incarne actuellement le mieux le *new journalism*[50].

[1] Myriam Boucharenc, « Petite typologie du grand reportage », in Myriam Boucharenc et Joëlle Deluche (dir.), *Littérature et reportage*, Limoges, Presses universitaires de Limoges, 2001, p. 222.

[2] Ignacio Ramonet, *L'Explosion du journalisme. Des médias de masse à la masse de médias*, Paris, Galilée, 2011, p. 11.

[3] *Ibid.*, pp. 15-21.

[4] Les tirages ont été divisés par 4 en l'espace de cinquante ans. Les 13 quotidiens nationaux existant durant la décennie 1960-1970 cumulaient un tirage journalier oscillant entre 4 et 5 millions d'exemplaires selon les années ; les 9 quotidiens nationaux existant en 2017 ne publiaient plus que 1,1 million d'exemplaires par jour. http://www.culture.gouv.fr/Thematiques/Presse/Chiffres-Statistiques. Voir également la synthèse chiffrée sur l'état de santé de la presse nationale et internationale présentée par le Sénat dans le « Projet de loi de finances pour 2018 : Médias, livre et industries culturelles » : www.senat.fr/rap/a17-112-42/a17-112-420.html ; https://www.nouvelobs.com/medias/20131115.OBS5581/presse-le-papier-s-effondre-le-numerique-s-envole.html.

[5] https://www.telerama.fr/television/en-dix-ans,-les-audiences-tele-ont-baisse-%28mais-tf1-reste-la-premiere-chaine%29,n5427094.php.

[6] *Cf.* le poster « Médias français, qui possède quoi ? » de décembre 2018 publié sur le site Internet du www.monde-diplomatique.fr : https://www.monde-diplomatique.fr/cartes/PPA. À noter que l'hyperconcentration médiatique est un phénomène qui opère à l'échelle mondiale. Voir l'exemple du Royaume-Uni décrit par Acrimed : https://www.acrimed.org/Au-Royaume-Uni-aussi-l-hyperconcentration

[7] Selon le dernier « baromètre de la confiance des Français dans les médias », réalisé annuellement depuis plus de trente ans par le journal *La Croix*, « les journalistes sont jugés indépendants par seulement un quart des sondés et la confiance envers les différents médias est au plus bas ». Aude Carasco, « Baromètre médias, les journalistes sommés de se remettre en question », *La Croix*, 24 janvier 2019.

[8] Christian Delporte, Claire Blandin et François Robinet, dans leur *Histoire de la presse en France. XX-XXI siècles* (Paris, Armand Colin, 2016), rappellent, entre autres choses, qu'« À l'été 1914, ralliée à l'Union sacrée, toute la presse partage cet avis : accepter la censure est une manière de soutenir l'effort de guerre et de servir la patrie » (p. 73).

[9] Thomas Ferenczi, *L'Invention du journalisme en France. Naissance de la presse moderne à la fin du* XIX*e siècle* (1993), Paris, Payot, 1996, p. 10.

[10] Noam Chomsky et Edward S. Herman, *La Fabrication du consentement. De la propagande médiatique en démocratie* (1988), Marseille, Agone, 2008.

[11] Serge Halimi, *Les Nouveaux Chiens de garde* (1997), Paris, Éditions Raisons d'agir, 2005 (éd. actualisée et augmentée).

[12] Pascal Boniface, *Les Intellectuels faussaires. Le triomphe médiatique des experts en mensonge*, Paris, J.-C. Gawsewitch Éditeur, 2011.

[13] Serge Halimi, Dominique Vidal, Henri Maler, *« L'Opinion, ça se travaille… ». Les médias et les « guerres justes » : Kosovo, Afghanistan, Irak*, Marseille, Agone, 2006 (éd. actualisée et augmentée).

[14] *Cf.* William Demuyter, « Slow journalism : quand les médias changent de rythme ». https://www.inaglobal.fr/presse/article/slow-journalism-quand-les-medias-changent-de-rythme-9214 (dernière consultation : janvier 2019).

[15] Formule qui fait écho au fameux éditorial de mai 1998 d'Ignacio Ramonet, quand il était encore à la tête du *Monde diplomatique*, et dans lequel il annonçait la création d'ATTAC (Action pour une taxe Tobin d'aide aux citoyens).

[16] Selon Marie Vanoost, « Dans ce contexte [de crise économique], le journalisme narratif est considéré par nombre de ses praticiens comme une – ou, pour certains même, la – solution. », in « Journalisme narratif : des enjeux contextuels à la poétique du récit », *Cahiers de Narratologie*, nº 31, 2016 (dernière consultation : janvier 2019).

[17] Mot-valise associant *magazine* et *book*.

[18] Marie Vanoost, « Journalisme narratif : proposition de définition, entre narratologie et éthique », *Les Cahiers du journalisme*, nº 25, printemps-été 2013, pp. 140-161.

[19] Manifeste téléchargeable à l'adresse suivante : https://www.revue21.fr/wp-content/uploads/2014/07/XXI21__Manifeste.pdf.

[20] Pour Laurent Beccaria et Patrick de Saint-Exupéry, il faut « réinventer les portfolios et les associations texte/images », *Manifeste XXI*, art. cit., p. 19.

[21] *Ibid.*

[22] Quelques titres de *mooks* : *XXI* (2008), *Muze* (2010), *Feuilleton* (2011), *Schnock* (2011), *6mois* (2011), *Long Cours* (2012), *Desports* (2013), *France Culture Papiers*, *L'Éléphant*, *Tigre*, *24h01* (2013), *Bonbek*, *Usbek & Rica*, *La Revue dessinée* (2013), *Topo* (2016), etc.

[23] La revue *XXI* tire en moyenne à 45 000 exemplaires chacun de ses trimestriels. Information publiée dans « la revue de presse » sur le site www.revue21.fr (dernière consultation : janvier 2019) : http://www.revue21.fr/revue_de_presse/. « Lancée en septembre 2013, *La Revue dessinée* est tirée à plus de 20 000 exemplaires. Elle compte près de 6 000 abonnés et trois fois plus de lecteurs. » Information figurant sur la page d'accueil de la *Revue dessinée* (dernière consultation : janvier 2019) : https://www.larevuedessinee.fr/qui-sommes-nous/presentation/.

[24] Marie Vanoost, « Qui sont les lecteurs de *mooks* ? », *Communication* [en ligne], vol. 34/2, 2017, mis en ligne le 25 juillet 2017, consulté le 31 janvier 2019 (URL : http://journals.openedition.org/communication/7341).

[25] En réalité, c'est un peu le paradoxe de l'œuf et de la poule. Difficile de savoir qui a donné naissance à qui, car on peut se demander si ce n'est pas le BD-journalisme, avec des auteurs pionniers comme Cabu, Jean Teulé, Joe Sacco, Étienne Davodeau ou Emmanuel Guibert (pour ne citer que quelques noms) qui ont donné naissance aux *mooks* de BD-journalisme.

[26] À signaler que depuis août 2018, *La Revue dessinée* (associée aux Éditions du Seuil) est devenue propriétaire des revues *XXI* et *6mois*, suite au rachat de la société Rollin Publications, mise en liquidation judiciaire après l'échec commercial de la revue *Ebdo*. Ainsi, comme on peut le lire sur le site de *La Revue dessinée*, « Ensemble, nos quatre titres formeront le premier groupe indépendant de *mooks* (magazines-books) en France. Nous partageons déjà de nombreux points communs : l'indépendance bien sûr, mais aussi un goût pour l'enquête, le reportage, une autre approche du journalisme, pour poser un regard différent sur le monde et prendre son temps ». Voir aussi *Le Monde* à ce sujet : https://www.lemonde.fr/economie/article/2018/06/01/le-seuil-et-la-revue-dessinee-s-offrent-l-editeur-de-xxi-et-6mois_5308342_3234.html

[27] Audrey Alvès et Marieke Stein (dir.), *Les Mooks. Espaces de renouveau du journalisme littéraire*, Paris, L'Harmattan, 2018, p. 16.

[28] Henri FOCILLON, *Vie des formes* (1943), Paris, PUF, 2007, p. 52.

[29] Au sujet de l'opposition entre « outil » et « appareil » voir l'article d'Emmanuel Brassat (« L'intrusion de l'image technique dans le réel à l'âge des appareils », *Essaim*, 2009/2, nº 23. https://www.cairn.info/revue-essaim-2009-2-page-37.htm), article qui est une réflexion issue de la lecture de l'essai *Pour une philosophie de la photographie* (Circé, 1996) du philosophe Vilém Flusser.

[30] *Cf.* Jérôme BERTHAUT, *La Banlieue du « 20 heures ». Ethnographie de la production d'un lieu commun journalistique* (Marseille, Agone, 2013) et en particulier le chapitre 8 « Le montage des reportages : entre reprises en main des chefs et consécration des journalistes ».

[31] Philippe MARION, « Les stratégies du chapitre en BD reportage », *Cahiers de Narratologie*, nº 34, 2018. http://journals.openedition.org/narratologie/9085

[32] Pour citer P. Marion : « Avant de contribuer à la figuration, [la graphiation] est auto-monstration, dans la trace, d'une identité graphique perceptible dans la spécificité subjective d'une empreinte ». In *Traces en cases*, Louvain-la-Neuve, Édition Academia, 1993, p. 36.

[33] Gilles LIPOVETSKY et Jean SERROY, *L'Esthétisation du monde. Vivre à l'âge du capitalisme artiste*, Paris, Gallimard, 2013, p. 49.

[34] *Ibid.*

[35] Marie VANOOST, « Journalisme narratif : des enjeux contextuels à la poétique du récit », *Cahiers de Narratologie* [en ligne], 31, 2016 (URL : http://journals.openedition.org/narratologie/7543).

[36] Citation de Tom Wolfe provenant de l'article de M. Vanoost, cité *supra*.

[37] « Du tabulaire au linéaire », *Communications*, nº 24, 1976, pp. 7-23.

[38] Raphaël BARONI, « Le temps de l'intrigue », *Cahiers de* Narratologie [en ligne], 18, 2010, consulté le 12 octobre 2018 (URL : http://journals.openedition.org/narratologie/6085).

[39] Marie-Ève THÉRENTY, « Du feuilleton au *mook* : généalogie du journalisme littéraire français », in A. ALVÈS et M. STEIN (dir.), *Les Mooks. Espaces de renouveau du journalisme littéraire*, *op. cit.*, p. 35.

[40] Myriam BOUCHARENC, « Petite typologie du grand reportage », art. cit., p. 230.

[41] Pour mieux comprendre ces formules négatives issues de « l'effet de réel » et du « ça-a-été » de Roland Barthes, je renvoie le lecteur à un article antérieur : « Au nom du père ou les "autobiographies" de ceux qui ne dessinent pas (Altarriba, Gallardo, Spiegelman, Tardi) ». In V. ALARY, D. CORRADO et B. MITAINE (dir.), *Autobio-graphismes. Bande dessinée et représentation de soi*, Genève, Éditions Georg, 2015, pp. 184-190.

[42] Philippe LEJEUNE, *Le Pacte autobiographique* (1975), Paris, Seuil, 1996 (coll. » Points Essais »), p. 36.

[43] On lira avec grand intérêt l'article précurseur de Séverine Bourdieu sur le BD-reportage. Plusieurs paragraphes sont consacrés à la question de la subjectivité. « Le reportage en bande dessinée dans la presse actuelle : un autre regard sur le monde », *COnTEXTES* [en ligne], 11, 2012 (URL : http://contextes.revues.org/5362)

[44] Philippe MARION, « Les stratégies du chapitre en BD reportage », art. cit. [URL : http://journals.openedition.org/narratologie/9085, consulté le 18 janvier 2019].

[45] Joëlle DELUCHE, « Albert Londres, le premier des reporters heureux », in Myriam BOUCHARENC et Joëlle DELUCHE (dir.), *Littérature et reportage*, *op. cit.*, p. 37.

[46] *Ibid.*, p. 36.

[47] Expression de Denis Ruellan (*Le Professionnalisme du flou*, Presses universitaires de Grenoble, 1993, p. 177.) citée par J. Deluche, *art. cit.*, p. 35.

[48] Ryszard KAPUŚCIŃSKI, *Autoportrait d'un reporter*, Paris, Plon, 2008.

[49] Traduction de l'espagnol effectuée par nos soins. Jorge CARRIÓN et Sagar « Entrevista a Joe Sacco », in *Barcelona. Los vagabundos de la chatarra*, Barcelone, Norma editorial, 2015, p. 100.

[50] Jorge CARRIÓN et Sagar, *Los vagabundos de la chatarra*, *ibid.* : « Yo creo que el auténtico *new journalism* está en el cómic de no ficción. »