



comic book

par Camille Baurin

mercredi 15 novembre 2017, par [Thierry Groensteen](#)

[*Novembre 2017*]

Aux États-Unis, l'appellation « *comic book* » est traditionnellement utilisée pour désigner le *format* des bandes dessinées là où, dans les autres pays, elle renvoie à la production américaine en général. Même s'il est généralement associé aux seuls super-héros de DC et Marvel, le *comic book* couvre en réalité un spectre de créations beaucoup plus large, reflet d'une industrie qui, depuis son émergence, s'est distingué de ses homologues français ou japonais en créant ses propres codes.

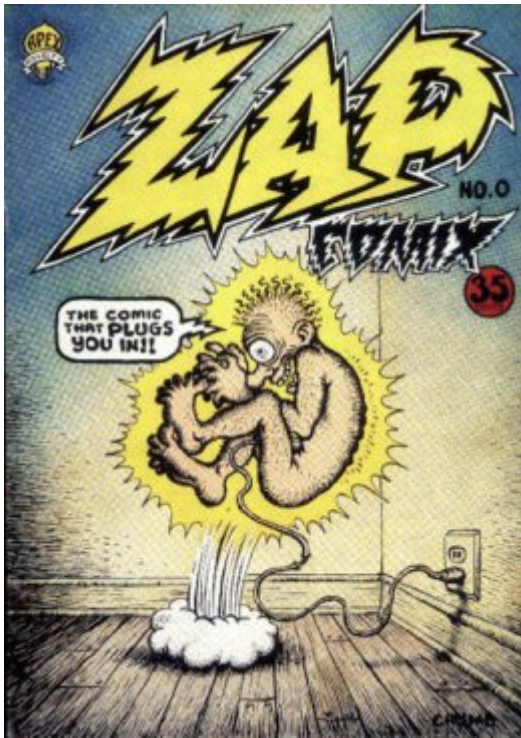
Historiquement, la bande dessinée a émergé dans le continent nord-américain avec l'importation en 1842 des aventures du *Monsieur Vieux-Bois* de Rodolphe Töpffer, dans le supplément du *Brother Jonathan*. À sa suite, des artistes américains se sont mis eux aussi à publier leurs créations, à l'image de James A. et Donald F. Read (*Journey to the Gold Diggins by Jeremiah Saddlebags*, 1849) et de Philip Cozans (*Adventures of Mr. Tom Plump*, 1850). Née au sein des périodiques, la bande dessinée américaine tisse des liens étroits avec la presse, trouvant en elle un support d'édition idéal pour attirer un lectorat avide d'humour et de caricature. C'est ainsi que, de la fin du XIXe siècle au début du XXe, elle se développe grâce aux suppléments des revues et aux *comic strips* des journaux dominicaux, comme en témoignent les aventures truculentes du Yellow Kid et de Buster Brown (tous deux inventés par Richard Felton Outcault) ou les rêveries de Little Nemo (Winsor McCay).



Ce n'est que plus tard, dans les années 1930, qu'apparaît l'objet *comic book* dans son acception actuelle, c'est-à-dire un fascicule autonome proposant une bande dessinée inédite. Le titre *New Comics* (1935), composé de bandes dessinées d'aventure et d'humour, constitue en effet le premier ouvrage répondant à ces critères. Selon Jean-Paul Gabilliet, cette autonomie de la bande dessinée sous la forme du *comic book* s'est réalisée en trois temps : en premier lieu, les suppléments, gratuits, rééditaient des planches parues dans la presse ; peu à peu, ces derniers devinrent payants ; puis ils finirent enfin par fournir des bandes inédites.

Influencés par les *pulps*, magazines populaires illustrés proposant des récits de fiction relevant généralement de la littérature fantastique ou policière, mais aussi de la science-fiction ou du western, les auteurs inscrivent progressivement les *comics* dans des lignes thématiques précises et marquèrent de fait une nouvelle étape dans l'essor de l'industrie, via l'élaboration de stratégies de fidélisation du public, telle que la récurrence des héros. Cette orientation des *comic books* en fit un terreau idéal pour la création de super-héros tels que Superman (dans *Action Comics* No.1, 1938) ou Batman (*Detective Comics* No.27, 1939) qui finirent de signer l'identité créative des *comics*.

Si le super-héros représente aujourd'hui la forme hégémonique de la production, celle-ci, dans ses premières décennies, relevait d'une création variée, pour un lectorat divers. Des années 1930 aux années 1950, on put ainsi trouver dans les rayonnages une grande diversité de contenus. Ainsi, par exemple, les *Funny Animals Comics*, promus par Walt Disney et les frères Warner, qui mettaient en scène des personnages d'animaux dans un style *cartoon*, se répandirent dans les années 1940.



Ainsi, l'histoire de l'industrie du *comic book* est marquée par une conception floue de la notion d'auteur. Face à cette situation, les années 1960 ont vu la production se diviser en deux : d'un côté, les super-héros et la bande dessinée *mainstream* largement contrôlés par les éditeurs, de l'autre, l'essor d'une création indépendante reflétant la volonté émancipatrice des artistes. Cette revendication intervint dans le contexte particulier du mouvement *underground* qui relevait d'un esprit de contestation idéologique et prônait la liberté des créateurs, en réaction aux politiques éditoriales de DC et Marvel. Un certain sens de la provocation s'y exprimait, via, notamment, la mise en scène d'une sexualité débridée ou la prise de psychotropes, en résistance aux contraintes du Comics Code. Les *comics underground*, ou *comix*, furent tout d'abord distribués à compte d'auteur, à l'image de la revue *Zap Comix* que Robert Crumb, son créateur, vendit lui-même dans la rue. Puis progressivement, ils s'inscrivirent dans le circuit de maisons d'édition indépendantes. La production des *comic books* entra alors dans une logique de *creator-driven* (« commandé par l'auteur »), en opposition à celle du *genre-driven* qui guidait en parallèle la création grand-public. L'essor des *comix* et des éditeurs indépendants donna naissance à la bande dessinée d'auteur telle qu'on la connaît actuellement, avec des auteurs comme Art Spiegelman, Charles Burns ou Chris Ware qui explorent d'autres genres que les super-héros en développant notamment des récits intimistes, voire autobiographiques, et dans d'autres formats non standards (la revue d'auteur, le roman graphique). Mais, même du côté des justiciers masqués, le mouvement *underground* eut des répercussions : l'attachement porté aux auteurs plutôt qu'aux seuls personnages leur permit en effet d'aborder des thèmes plus subversifs et de remettre en cause l'idéologie qui avait toujours été l'implicite cadre de référence des aventures. Le caractère outrancier de la contre-culture inspira un discours de protestation perceptible notamment dans les aventures de Green Lantern et Green Arrow par Neal Adams et Dennis O'Neil ou encore dans les *Watchmen* d'Alan Moore et Dave Gibbons et le *Dark Knight Returns* de Frank Miller. En conciliant esprit provocateur et production grand public, les auteurs mirent au jour une interaction qui perdure encore aujourd'hui, notamment dans la production d'éditeurs indépendants tels qu'Image, Dark Horse ou l'ancien studio Wildstorm. La bande dessinée indépendante a également permis l'instauration, au sein du *comic book mainstream*, d'une logique de *creator-owned* qui garantit aux auteurs la conservation de leurs droits sur leurs personnages. Si elle a d'emblée été de mise pour des éditeurs comme Image ou Dynamite, elle a également été intégrée au fonctionnement de DC et Marvel, via leurs labels « Vertigo » et « Marvel Icon ».

Mais, si la reconnaissance du créateur s'explique par l'essor des éditeurs indépendants, elle se justifie également par l'évolution du lectorat et la naissance d'une légitimation critique des *comics*. Le développement de la bande dessinée indépendante constitue en effet un signe évident de la maturation

du public, capable désormais de s'attacher au travail d'un auteur et non plus seulement aux personnages. Aussi le lectorat ado-adulte, cible privilégiée des éditeurs alternatifs, devint également la tranche à conquérir pour DC et Marvel, à travers la création de super-héros adolescents comme Spider-Man ou les X-Men, l'intégration d'un discours plus social en phase les préoccupations des étudiants lors de la Guerre Froide, ou encore l'assouplissement progressif du Comic Code jusqu'à sa dissolution en 2011. La parution en 1986 de *The Dark Knight Returns* et *Watchmen*, ouvrages épais impliquant une lecture de longue durée, fut la preuve que les comics s'adressaient désormais à un lectorat plus mûr, en demande d'autres formes de création que le simple fascicule vendu en presse. Leur succès a permis à la bande dessinée américaine d'obtenir une nouvelle reconnaissance critique, comme le montrent, entre autres, l'attribution en 1992 du prix Pulitzer au *Maus* d'Art Spiegelman ou la création des *Eisner Awards* qui récompensent depuis 1988 les meilleures œuvres parues dans l'année.

Popularisé par Will Eisner, le *graphic novel* (ou « roman graphique ») non seulement témoigne du fait que la bande dessinée peut impliquer une lecture de longue durée mais revendique aussi, par ce nom même, sa légitimité esthétique. Son essor eut des conséquences certaines sur le *comic book*, les éditeurs prenant de plus en plus l'habitude de publier des histoires sur plusieurs épisodes afin de faciliter une réédition de l'ensemble sous la forme d'album (ou *trade paperback*). Disponibles en librairie au même rayon que les *graphic novels*, ces derniers assurent une plus grande visibilité aux *comics mainstream* et participent ainsi de leur inscription dans une culture *geek* de plus en plus assumée par les consommateurs.

De la *fantasy* à l'informatique en passant par la bande dessinée, les mangas ou les super-héros, la culture *geek* embrasse une variété de sujets ayant généralement trait à l'évasion et à l'imaginaire. Dans cette logique, les éditeurs de *comics* ont pris acte de leur appartenance à cette industrie plus large du divertissement : ainsi, DC et Marvel, respectivement filiales de Warner et Disney, travaillent à la dissémination du genre super-héroïque dans différents médias, que ce soit les films, les jeux vidéo ou les dessins animés. Par ailleurs, Marvel s'est attelé depuis peu à l'adaptation en *comics* de l'univers de *Star Wars*.

Cette culture de la convergence, si elle contribue à la popularité croissante des super-héros, souligne en même temps le paradoxe auquel le *comic book* est actuellement confronté : en effet, un illustré ne se vend plus aujourd'hui qu'à une centaine de milliers d'exemplaires, là où, vingt ans auparavant, il pouvait atteindre le million de lecteurs. Si, pour répondre à cette problématique, les éditeurs ont tout d'abord favorisé une plus grande accessibilité des titres, on assiste à l'inverse, depuis quelques années, à une complexification des récits marquée par un usage généralisé du *reboot*, de la réécriture subversive et d'une intertextualité massive. Des auteurs comme Grant Morrison (*Batman*, *All Star Superman*), Jonathan Hickman (*Avengers*, *Secret Wars*) ou encore Brian Vaughan (*Ex Machina*, *Saga*) sont ainsi porteurs d'un métadiscours de plus en plus systématique qui, en laissant entrevoir les nouvelles stratégies des éditeurs ainsi que leur nouveau cœur de cible, permet de réévaluer la place de la bande dessinée dans ce paysage transmédiatique.

Partant du constat que les *comics* ne sont plus considérés comme un médium de masse, ces politiques éditoriales peuvent en effet être perçues comme une manière de revendiquer l'évolution d'un marché désormais fondé sur les fans, c'est-à-dire des consommateurs actifs qui, selon les termes de David Peyron, « s'approprie[nt] des objets pour leur donner un sens individuel et collectif ». De la simple lecture à la constitution de véritables collections ou à la participation aux conventions, la pratique de ces lecteurs est évidemment diverse. Cependant, tous ont en commun de participer activement à la production de leur objet de prédilection, que ce soit à travers les forums, la rédaction de *fan fiction* ou la participation aux *cosplay*. La réflexivité, telle qu'elle est exploitée dans les *comics*, participe en outre à une culture du détail et de la référence qui, toujours selon Peyron, « permet à chacun de se singulariser grâce à son érudition et son expertise ».



Il s'agit peut-être d'une réponse à la banalisation de la culture *geek* (et donc à sa dénaturation ?) dans la société. La popularité des films de super-héros aurait, dans cette hypothèse, favorisé un reclassement élitiste du *comic book*, via l'omniprésence d'un métadiscours uniquement accessible au lecteur-fan et dont l'objectif serait de réaffirmer sa nature de produit contre-culturel. Cette stratégie serait une manière renouer avec les racines du *comic book*, tant d'un point de vue narratif que culturel, en faisant retour sur son appréciation au fil des décennies et en utilisant la réputation de mauvais genre dont il a longtemps été victime pour le revendiquer aujourd'hui comme élément d'une sub-culture expérimentale.

Camille Baurin

Bibliographie

Gabilliet, Jean-Paul, *Des comics et des hommes : histoire culturelle des comic books aux États-Unis*, Nantes, éditions du Temps, 2005. / Jenkins, Henry, *La Culture de la convergence : des médias au transmédia*, Paris, Armand Colin, 2013. / Jennequin, Jean-Paul, *Histoire du comic book, 1 : des origines à 1954*, Paris, Vertige Graphic, 2002. / , « comic book : le feuilleton à géométrie variable », *Neuvième Art*, No.15, janvier 2009, p.150-155. / Ndalians, Angela, *The Contemporary Comic Book Superhero*, Londres / New York, Routledge, 2009. / Nyberg, Amy Kiste, *Seal of approval : the history of comics code*, Jackson, University Press of Mississippi, 1998. / Peyron, David, *Culture geek*, Limoges, Fyp éditions, 2013. / Wright, Bradford, *Comic Book Nation : The Transformation of Youth Culture in America*, Baltimore / Londres, The John Hopkins University Press, 2001.

Corrélat

[animaux](#) - [auteur](#) - [comic strip](#) - [genre](#) - [guerre](#) - [science-fiction américaine](#) - [super-héros](#) - [underground](#)