

BD de masse, BD de classe

Par Evariste Blanchet

Qui est l'inventeur de la bande dessinée ? L'américain Richard Outcault en 1896, l'allemand Wilhem Busch en 1865 ou le suisse Rodolphe Topffer en 1835 ? La question divise les spécialistes et nous n'entrerons pas dans la querelle. Encore que si nous devons nous prononcer, nous en attribuerions volontiers la paternité au contemporain de Goethe. Néanmoins, la date essentielle demeure 1896, moins parce qu'elle serait l'année où apparaît la première bulle que parce qu'elle coïncide avec le moment où la bande dessinée se développe sur une grande échelle. Pour le dire autrement, à nos yeux, l'invention de la BD de masse prime sur l'invention de la BD tout court.

Au fond, nous n'avons pas raisonné autrement, l'année passée, pour le centenaire du cinéma, en célébrant la première projection publique des frères Lumière au détriment du procédé d'Edison qui ne permettait qu'une utilisation individuelle.

Tout commença donc aux USA à la fin du siècle dernier. Quelques gros magnats de presse se livraient une lutte acharnée et devaient sans cesse trouver de nouvelles astuces pour battre leurs concurrents. De cette époque date le supplément dominical des quotidiens, puis les premières pages en couleur, puis les pleines pages de bandes dessinées. Le succès des premières séries comiques fut considérable : leur nombre s'accrut rapidement et ils ne se limitèrent plus aux supports hebdomadaires mais intégrèrent les éditions quotidiennes.

La bande dessinée, à l'origine, ne relève que de manière très parcellaire d'une activité artistique, son rôle se limitant à faire vendre des journaux d'information. On pourrait se consoler en pensant que le cinéma n'est guère mieux loti, le film ne servant qu'à vendre du matériel de projection !

L'Europe ne connut pas cette rapide expansion. Certes, la France donna le jour à *La Famille Fenouillard*, au *Sapeur Camember*, au *Savant Cosinus*, puis à *Bécassine* et aux *Pieds Nickelés*. Certes, l'Allemagne put s'enorgueillir d'être plagiée dès 1897 par l'américain Dirk qui transforma son *Max et Moritz* en *KatzenjammerKids* (en France : *Pim Pam Poum* ; premières traductions en 1912). Mais, quantitativement, le vieux continent ne parvint pas à égaler les USA qui créent 65 titres de séries entre 1900 et 1904, 165 entre 1905 et 1909¹.

Malgré l'apparition de deux grandes figures dans les années 20, Alain Saint-Ogan (*Zig et Puce*) puis Hergé (*Tintin*), il fallut attendre la parution du *Journal de Mickey* en 1934 pour que la bande dessinée prenne son envol en France. La difficulté d'approvisionnement en papier et l'interdiction des bandes dessinées américaines sous les régimes fascistes et nazis atténuèrent un peu le phénomène dans les années 40. Mais au sortir de la guerre, la multiplication des titres fut saisissante. Face à la floraison des histoires en provenance des Etats-Unis et d'Italie, la presse traditionnelle destinée à la jeunesse ne put faire autrement que d'intégrer dans ses hebdomadaires des bandes dessinées de plus en plus nombreuses. A l'aube des années cinquante, la jeunesse, qu'elle soit rurale ou citadine, catholique ou communiste, ouvrière ou bourgeoise, disposa d'une multitude de journaux. Les adultes furent presque totalement exclus de cette lame de fond, et durent se contenter des strips paraissant dans la presse quotidienne.

Culture de masse

Il ne fait pas de doute que la BD appartient bien à la culture de masse. Encore faut-il s'arrêter sur ce terme.

Le mot *culture* revêt deux sens principaux. Le premier désigne un « ensemble de connaissances acquises qui permettent de développer le sens critique, le goût, le jugement »². Le second, beaucoup plus large, est d'ordre anthropologique et englobe la totalité des us et coutumes. Dans un cas, la culture se limite à la vie avec la pensée. Dans l'autre, tout est culture.

La culture de masse se positionne entre les deux : elle tente d'arrimer à la « vraie » culture de nouveaux domaines, mais en quantité limitée, condition *sine qua non* de réussir son opération de légitimation auprès des institutions. Car si tout est anobli, plus rien n'est noble. Ainsi le jazz n'acquiert ses lettres de noblesse que parce que le rock reste sur la touche. Idem pour le romain noir américain vis à vis de la science-fiction. Idem pour le cinéma vis à vis de la télévision.

En 1962, dans son essai *L'esprit du temps*, Edgar Morin définit la culture de masse ainsi : culture « produite selon les normes massives de la fabrication industrielle ; répandue par des techniques de diffusion massive (...) ; s'adressant à une masse sociale, c'est-à-dire un gigantesque agglomérat d'individus saisi en deçà et au-delà des structures internes de la société (classes, famille, etc.). »

¹ Chiffres cités par Michel Pierre in *La bande dessinée*, Larousse, 1976

² Définition donnée par *Le Petit Robert*

Production, diffusion, consommation

A l'heure actuelle, la BD est encore conçue de manière artisanale. Ce mode de production repose, pour l'essentiel, sur la liberté du créateur qui n'est limité que par le rapport de force qu'il entretient avec son éditeur, par des contraintes « techniques » dont l'objectivité reste à prouver (hors du 44 pages couleur au format 22 X 29, il n'y aurait point de salut), et par son degré d'intériorisation des normes dominantes (sur ce qu'il faut ou ne pas faire, sur la manière de raconter ou de dessiner, sur ce qu'on croit être l'attente du public, etc.)

Si le scénario, le dessin et la couleur peuvent être pris en charge par trois personnes différentes, il n'existe généralement pas de division du travail plus poussée, du moins au stade de l'élaboration. L'existence de studio où le dessinateur en titre ne s'occupe que de la conception, ou du dessin des principaux personnages, la réalisation étant confiée à une myriade d'assistants, est exceptionnelle (Disney, Hergé, Wandersteen, Peyo). Mais la bande dessinée japonaise qui exporte de mieux en mieux ses produits aux Etats-Unis et en Europe pourrait bien, à terme, nous vendre également son mode de production beaucoup plus parcellisé. Sans compter que rien n'interdit une rationalisation du contenu : s'inspirant d'un procédé utilisé dans l'industrie cinématographique américaine, on pourrait très bien faire dessiner plusieurs versions de certaines scènes afin de les soumettre à un public-test, l'éditeur commercialisant les plus plébiscitées. Cette méthode de marchand de soupe n'aurait même pas besoin d'être tenue secrète pour éviter d'hérisser le public : au contraire, en prononçant le mot magique d'« *interactivité* », ça pourrait même devenir un argument de vente !

Cependant le point déterminant de l'appartenance ou non de la BD à la culture de masse ne concerne pas sa production mais sa diffusion. Le Petit Robert indique d'ailleurs : « culture de masse : *diffusée au sein d'une société par des moyens d'information massifs* (...) ». Qu'il s'agisse de presse ou de livres, la diffusion est effectivement une opération qui n'a plus rien d'artisanal et qui nécessite des moyens financiers importants, et donc un fonctionnement de type industriel.

En France, seul *Fluide Glacial* dépasse chaque mois les 100.000 exemplaires vendus, (*A Suivre*) et le *Psikopat* n'atteignant pas les 20.000 exemplaires chacun sur le territoire national. Même en ajoutant les revues de BD de cul, les quelques supports pour enfants et les mensuels de super-héros, le secteur presse représente une part très marginale de la diffusion de la BD, contrairement à l'Italie et à l'Allemagne qui sont les deux autres grands pays européens consommateurs. Aussi faut-il s'intéresser plutôt à la filière librairies en notant deux points importants. Le premier, seuls Casterman et Dargaud/Le Lombard, poids lourds de l'édition BD, sont capable d'assurer leur propre distribution, les autres éditeurs recourant à Hachette, aux Presses de la Cité ou à Flammarion. Le second, si l'on en croit un sondage IFOP publié en janvier 1994, les lecteurs achètent désormais plus volontiers leurs albums en hypermarchés qu'en librairie.

Inutile de préciser que la diffusion n'est pas sans impact sur la production. Lancer une revue aujourd'hui sans campagne de publicité par voie d'affiche ou d'encarts dans la presse, et sans promotion auprès du Réseau de marchands de journaux est pratiquement voué à l'échec. Et si l'on décide de dépenser quelques millions de francs en promotion, il faudra bien apporter les modifications nécessaires au contenu de la revue de manière à compenser ce coût important par le gain de lecteurs supplémentaires. Quant aux maisons d'édition de taille très modeste comme *l'Association*, on imagine bien les difficultés qu'elles rencontrent pour persuader les détaillants de vendre des ouvrages en noir et blanc de format 16 X 24, pour ne pas parler des 10.5 x 14.5³ ! Et quand les derniers (vrais) libraires auront fermé boutique, étant exclu que les hypermarchés soient en mesure de proposer des livres qui s'éloignent trop des normes, l'édition indépendante ne sera plus qu'un lointain souvenir.

Dans les années 60, pour désigner les sociétés industrielles capitalistes, on parlait, un peu improprement, de « *société de consommation* » ce qui donne la mesure de l'importance attribuée aux consommateurs. Le fait qu'une masse énorme d'individus issus de tous les milieux sociaux puisse écouter les mêmes émissions radiophoniques ou télévisuelles, ou lire *Tintin*, *Astérix* et *Lucky Luke*, a pu laisser penser qu'un processus de démocratisation de la culture était en cours. Mais les progrès en la matière, réels, il serait stupide de le nier, n'ont pourtant pas abouti à la disparition de l'inégalité dans l'accès à la culture, mais seulement à la disparition des excès. De même, ce sont moins les classes sociales, et en particulier la classe ouvrière, qui se sont évanouies pour laisser place à un groupe unique qui serait « les consommateurs », que la conscience de classe ou la représentation imaginaire ou fantasmagique de ces classes par des groupes politiques influents, auto-proclamés comme l'avant-garde éclairée devant mener aux lendemains qui chantent.

L'IFOP dans son sondage de janvier 1994 indiquait que 61 % des interviewés dont le chef de ménage était cadre supérieur lisaient des bandes dessinées. Taux qui n'était que de 46 % chez les ouvriers. Pour un produit de masse sensé toucher tout le monde indistinctement, l'écart est tout de même significatif.

BD populaire et BD d'élite

La notion de *masse* appartient au vocabulaire des sociologues. Les amateurs de bande dessinée n'emploient jamais ce terme et préfèrent parler de BD *populaire*. Un mot objet d'un peu de mépris pour les tenants de la culture noble. Un mot objet d'une certaine fierté pour les amateurs de BD. Au début des années 80, quand la bande dessinée a accéléré son processus de légitimation auprès des instances officielles, faisant même se déplacer un président de la République au salon d'Angoulême, un acte inimaginable quelques années auparavant, les vieux fans ont éprouvé le sentiment qu'ils

³ Collection *Pate de Mouche* de *l'Association*, avec des titres signés Duffour, Fabio, Trondheim, Baudoin, Menu, Sfar, Gerner, Le Gall, etc.

avaient fini par gagner une guerre. Mais cette victoire avait un goût amer, car, d'une certaine manière, la culture noble était en train de s'approprier ce qui avaient été leur propriété exclusive. D'où une méfiance explicite allant jusqu'au discours populiste anti-intellectuel, particulièrement envers ceux qui sortaient du classicisme franco-belge ou plus encore les chercheurs, dans le cadre ou non de l'université, qui prenaient la BD comme sujet d'étude.

Défendre une BD qui soit accessible à tous, et qui ne se destine pas à la seule caste de privilégiés, relève des meilleurs sentiments. Mais ce qui est ambigu, c'est qu'on ne sait jamais si l'anathème d' *élitisme* s'applique à l'oeuvre ou au public à laquelle elle est destinée. Et ce qui est franchement déplaisant, c'est d'étiqueter ainsi de manière systématique toute histoire qui se démarque un peu trop du stéréotype.

Il est certain que les déclinaisons sans fin de quelques archétypes ne prêtent guère le flanc à l'accusation d'intellectualisme. *Blek le roc* et consort relèvent d'un manichéisme total où bons et méchants sont délimités de manière outrancière. Dans ces cas-là, la compréhension de l'intrigue ne nécessite pratiquement pas de connaissances préalables. A l'inverse, « *Une histoire immortelle* » de Guido Crepax, publiée dans *Bananas* n°2, reste difficilement compréhensible pour qui ne connaît pas le film d'Orson Welles à qui elle rend hommage. Ce dernier type d'histoires est extrêmement rare. Si depuis deux décennies, les références de toute sorte abondent dans la bande dessinée française, soit elles sont suffisamment reconnaissables pour ne pas poser de problème de compréhension (relire *Astérix*), soit elles occupent une place accessoire et constituent un plus pour le lecteur qui les saisit sans gêner celui qui les ignore.

De manière générale, c'est avoir une bien piètre opinion du peuple que de le croire incapable d'apprécier des récits qui s'écartent un tant soit peu des stéréotypes. Et si on ne peut nier qu'une majorité est, a priori, plus attirée par des histoires racontées et dessinées de manière un peu académique, ça n'est absolument pas une fatalité. Le goût n'est pas une affaire de nature mais d'éducation, ce qui ne relève pas, contrairement à ce que l'on cherche à nous faire croire, de la seule responsabilité individuelle de ceux qui y sont préposés (parents, instituteurs).

BD laborieuse, BD dangereuse

La reconnaissance de la BD ne s'est pas fait en un jour. Le fait qu'elle ne soit pas encore achevée en est la meilleure preuve.

Le jugement porté sur elle a évolué parce qu'elle même a su gagner en qualité : l'aversion provoquée par la bande dessinée n'était pas nécessairement toujours infondée. Assez rapidement, se sont opérées des distinctions à l'intérieur de sa production qui reproduisaient en quelque sorte le processus d'exclusion dont elle était victime. La BD était loin de constituer un champ homogène, et je me rappelle fort bien que, dans les années soixante, dans certaines écoles, si la bande dessinée en général était proscrite, même dans certaines cours de récréation, l'interdiction ne portait pas sur les hebdomadaires de type *Tintin* ou *Pilote*. Comme s'il y avait eu d'un côté une BD « noble » et de l'autre une BD « vulgaire ».

Il est exact que, dans ces années-là, la majorité de la BD était représentée par des périodiques généralement mensuels assez peu novateurs dont les héros n'étaient souvent que des sous-Davy Crockett (*Blek le roc*, *Cap'tain Swing*), des sous-Tarzan (*Akim*, *Zembla*, *Kalar*), etc.

Il est probable que cette presse-là s'adressait à un public plus populaire, mais je me garderais bien d'affirmer que l'autre presse, en particulier les journaux d'obédience catholique, ne touchait qu'un public petit-bourgeois.

La disparition des *petits formats* ou *fascicules de gare* n'a probablement pas entraîné la désaffection du public populaire. (Chez les ouvriers et les employés, une personne sur deux lit encore des BD). Mais le renchérissement du prix de la bande dessinée, où les périodiques à prix modiques (majoritaires jusque dans les années 70) sont remplacés par des albums plus coûteux limite leur pénétration dans tous les milieux.

S'il ne suffit pas d'une politique de prix bas pour attirer le plus grand nombre dans les bras de la culture (voir le minuscule taux d'audience d'*Arte*), on peut être certain que des prix élevés sont toujours dissuasifs (voir la proportion d'ouvriers qui vont au théâtre).

C'est bien l'effet-prix qui limite l'influence de la BD française aux seules classes moyennes et supérieures. Car le contenu, s'il a fondamentalement changé, ne s'adresse pas à une couche de population particulière.

On m'objectera, non sans raison, que la cherté de la BD reste encore à prouver, surtout en comparaison du prix d'une place de cinéma (40 f) et plus encore d'un disque compact (140 f). Mais la différence essentielle avec la musique et le cinéma c'est que, même démuné de moyens pécuniaires, il est possible d'en consommer par le biais de la télévision (pour les films) ou de la radio (pour les disques). La bande dessinée ne possède pas ces canaux de substitution quasi-gratuit. Cet handicap est réduit en partie, et en partie seulement, par l'existence de fonds de BD très importants dans la plupart des bibliothèques municipales. Mais outre le fait que la totalité des habitants n'en dispose pas toujours, leur fréquentation nécessite une démarche active de l'individu. Si ce dernier ne vient pas au livre, le livre ne viendra pas à lui. La situation est différente pour le cinéma ou la musique : il suffit de presser le bouton du poste de radio ou de télévision.⁴

Quant à la qualité parfois mise en accusation, seules une méconnaissance de la BD du passé et une solide mauvaise foi pourraient faire affirmer que globalement elle ne s'est pas grandement améliorée. Cela dit, la majorité des clones des grandes figures mythiques ou inspirée de la littérature populaire depuis le milieu du XIX^e siècle n'a été trop souvent

⁴ La gratuité ne tient pas une très grande place dans notre société capitaliste. Aussi doit-on entendre par « gratuit », le fait de ne pas avoir à effectuer une dépense de manière volontaire et individuelle pour acquérir un bien ou un service.

(Une radio privée est financée par la publicité. Mais les dépenses payées par les annonceurs étant répercutées dans le prix de vente du produit, c'est bien le consommateur final qui en supporte le coût. De même, les bibliothèques municipales sont financées par le biais des impôts locaux. Le terme de « gratuité », dans la plupart des cas, est une facilité de langage qui ne rend pas compte de la réalité.)

remplacé que par les clones d'une école franco-belge qui a rattrapé dans les années 80 le retard pris dans les années 70 et intégré l'évolution des mœurs. Même un éditeur comme Lefrancq dont les médiocres adaptations de *Sherlock Holmes*, *Biggles* et autres *Fantomas* rappelaient les récits publiés dans des périodiques coûtant quelques francs réoriente sa production avec des séries réalistes comme *Alexe* ou humoristiques comme *Les Routiers* qui auraient leur place au sein de la production standard de Dargaud-Dupuis-Lombard.

On en reviendrait presque à regretter les charmes surannés des âneries du passé devant cette impression d'uniformité qui parfois nous étouffe mais qui n'est pas toujours justifiée. Pour s'en convaincre, il suffit de jeter un coup d'oeil sur la collection *Aire Libre* de Dupuis, les « romans » de chez Casterman, ou certains titres de chez Dargaud n'entrant pas dans un système de série (les albums de Fred par exemple, ou la nouvelle collection *Long courrier*).

L'Avenir

De manière ponctuelle, depuis 2 ans, les éditions Dupuis, Dargaud et Soleil ont réalisé des opérations promotionnelles visant à vendre certains de leurs titres à bas prix. Il est peu probable que la solution soit très bonne mais elle démontre que les éditeurs ne sont pas insensibles au coût élevé de la bande dessinée.

De leur côté, apparemment fascinés par le phénomène mangas, Glénat⁵ et Casterman ont lancé des collections de formats plus réduits et en noir et blanc, ce qui autorise des prix de vente plus bas. L'idée est intéressante, encore faut-il que le public suive. Si tel était le cas, la bande dessinée pourrait bien retrouver le public jeune et populaire qu'elle a partiellement délaissé.

La solution la meilleure serait bien entendu de relancer des périodiques, ce qui suppose des moyens assez considérables de la part des éditeurs pour permettre aux nouveaux titres de s'imposer. Ainsi, on renforcerait le nombre de supports presse, vendus aujourd'hui entre 19 et 35 f, pour les mensuels, contre une échelle de 50 à 80 f pour les albums standards. Si dans un premier temps, la multiplication des titres pourra faire concurrence aux titres plus anciens, à terme l'élargissement de l'offre devrait permettre à un important nombre de lecteurs de BD de retrouver le chemin des kiosques.

Le périodique, en dehors de son prix plus réduit, permet également à certains auteurs, en particulier les débutants, de toucher un public beaucoup plus important.

L'échec total de la revue *Bananas*, qui ne peut être imputé aux seuls défauts et insuffisances de sa ligne éditoriale, de sa maquette et de sa gestion commerciale, démontre que la bataille sera dure à gagner. Les difficultés de la presse de bande dessinée qui s'adresse par définition à un plus large public, sont le symptôme beaucoup plus inquiétant que la culture de masse vit peut-être ses derniers moments. Sans mésestimer sa tendance à normaliser, ni surestimer son caractère démocratique et égalitaire, elle restera sans doute dans l'histoire comme un moindre mal vis à vis de la culture aristocratique et élitiste qui l'a précédé, et vis à vis de la culture éclatée qui sera demain le modèle dominant. L'amateur de foot restera rivé à sa chaîne de foot, l'amateur de musique classique à sa chaîne de musique classique, l'amateur de cul à sa chaîne porno, alors qu'avec les chaînes généralistes l'accident de la découverte restait toujours possible. Or la revue traditionnelle de BD, dans une certaine mesure, assurait cette fonction « généraliste » qui disparaît chaque jour un peu plus au profit de multiples ghettos : manga, franco-belge, porno ou, pour faire simple, avant-garde.

La culture de masse n'a jamais mis fin à la consommation distinctive des classes, même si elle l'a réduite de manière significative. La culture éclatée, sous couvert de mieux répondre aux besoins des consommateurs, pourraient bien constituer un moyen commode de séparer encore plus drastiquement les riches des pauvres.

⁵ Chez cet éditeur, la part des mangas dans le chiffre d'affaires devrait atteindre les 35 % en 1996 (*Livres Hebdo* n°188 du 19/01/96)