



Belphegor

Littérature populaire et culture médiatique

18, 1 | 2020

Regards croisés sur la culture médiatique européenne

Michallat, Wendy, *French Cartoon Art in the 1960s and 1970s: Pilote hebdomadaire and the Teenager Bande Dessinée*

C[h]ris Reynolds



Electronic version

URL: <http://journals.openedition.org/belphegor/2136>

DOI: 10.4000/belphegor.2136

ISSN: 1499-7185

Publisher

LPCM

Electronic reference

C[h]ris Reynolds, « Michallat, Wendy, *French Cartoon Art in the 1960s and 1970s: Pilote hebdomadaire and the Teenager Bande Dessinée* », *Belphegor* [Online], 18, 1 | 2020, Online since 14 January 2020, connection on 24 September 2020. URL : <http://journals.openedition.org/belphegor/2136> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/belphegor.2136>

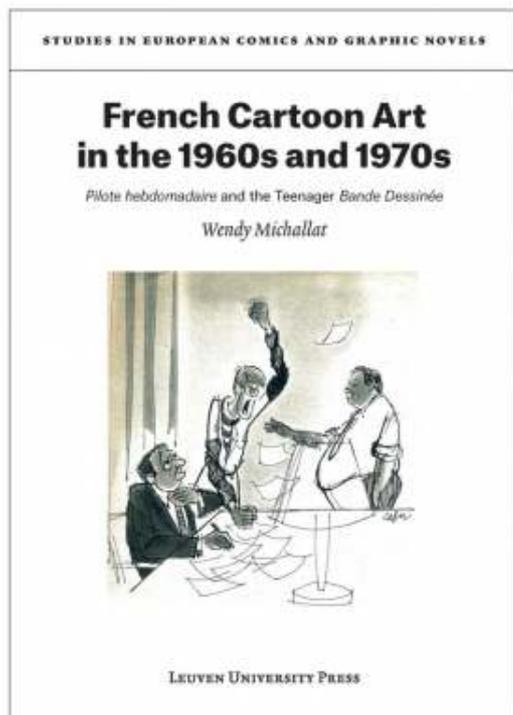
This text was automatically generated on 24 September 2020.



Belphegor est mis à disposition selon les termes de la Licence Creative Commons Attribution - Pas d'Utilisation Commerciale - Pas de Modification 4.0 International.

Michallat, Wendy, *French Cartoon Art in the 1960s and 1970s: Pilote hebdomadaire and the Teenager Bande Dessinée*

C[h]ris Reynolds



- 1 Le livre de Michallat est le sixième de la collection « Studies in European Comics and Graphic Novels », publiée par les éditions de l'Université (néerlandophone) de Leuven (Belgique). Ces publications sont en anglais, ce qui leur permet d'être lisibles sur tout le

marché européen linguistiquement divisé et d'atteindre l'immense marché américain, déjà bien servi par des presses universitaires qui ont des séries spécialisées sur les comics.

- 2 Les cinq autres volumes parus depuis 2014 sont tous des réussites académiques et éditoriales. Le premier volume de Bart Beaty et Ann Miller (2014), *The French Comics Theory Reader* rassemble des articles originaux et de qualité dont certains étaient devenus introuvables, et le deuxième, paru la même année, est le remarquable livre de Fabrice Leroy sur Sfar (*Sfar so Far*, 2014; voir la recension de Reyns-Chikuma, *Belphégor* 2016). Ils furent suivis de *Remembered Reading : Memory, Comics and Postwar Constructions of British Girlhood* de Mel Gibson (2015), *Transforming Anthony Trollope : Dispossession, Victorianism and Nineteenth Century Word and Image* sous la direction de Simon Grennan et Laurence Grove (2015), et *What Happens When Nothing Happens : Boredom and Everyday Life in Contemporary Comics* de Greice Schneider (2016), toutes trois de très bonnes études utilisant des méthodologies et portant sur des matières assez différentes les unes des autres.
- 3 L'étude de Michallat propose une perspective distincte des précédentes publications. Elle s'inscrit à l'intersection de quatre champs de recherche : l'histoire culturelle dans la lignée de Pascal Ory et Hugo Frey, l'histoire de l'éducation, l'histoire des médias, et l'histoire de la culture populaire en France. Michallat enseigne d'ailleurs « in the field of French cultural history and popular culture » à Sheffield University.¹ Étrangement ni la quatrième de couverture ni d'ailleurs le titre ou le sous-titre ne mentionnent cet aspect crucial de cette étude qui replace la bande dessinée à l'intérieur du large champ médiatique (incluant non seulement la presse, mais aussi la radio et la télévision). La période couverte est limitée au premier *Pilote*, le journal étant en effet devenu mensuel en 1974.
- 4 Le livre fait moins de 200 pages si l'on compte les nombreuses traductions en anglais des citations en français. Il comprend une très brève introduction qui, entre autres, cite les quatre ouvrages précédents écrits sur le magazine *Pilote*, sans expliquer leur intérêt, sans doute parce que, à l'exception d'un seul, ils ne sont pas académiques mais plutôt journalistiques : le premier d'Henri Filippini, (1977), le deuxième, une thèse de DEA (maîtrise) de François Gorin (1979), le troisième de Guy Vidal (1980), et le quatrième de Patrick Gaumer (1996). Rien de plus récent n'est mentionné, même si on peut se demander si d'autres études (thèses, chapitres, articles) ont pu paraître puisque la bibliographie, étrangement, semble s'arrêter à 1999 : aucun ouvrage après cette date n'est en effet cité !
- 5 L'ouvrage est composé de sept chapitres quantitativement assez inégaux, de 25 à 45 pages, mais qualitativement tous très intéressants et très bien écrits.
- 6 Le chapitre 1, « The French Bande Dessinée Market in 1959 and the *Pilote* Concept » (13-53), présente non seulement le marché de la bande dessinée comme le titre l'annonce, mais aussi les conditions idéologiques et politiques de ce marché et comment le concept *Pilote* a su renouveler la formule du journal BD selon les nouvelles demandes de la jeunesse et des parents. Il insiste sur le rôle que son sponsor, Radio-Luxembourg, a joué à la fois pour lui faire de la publicité mais aussi en l'influençant dans l'orientation de son contenu et son format. La radio était redevenue un média dynamique à l'époque, rajeuni en particulier par la diffusion du rock'n'roll, et capable de résister à la télévision, encore peu développée en France en termes de nombre de postes et de programmes. Ce chapitre inscrit aussi le développement du journal pour la

jeunesse dans l'histoire de l'éducation et plus spécifiquement dans le cadre de l'instruction informelle. Cet apprentissage non-scolaire est un aspect souvent négligé et qui n'a pourtant cessé de prendre de l'importance parallèlement au prolongement de l'école obligatoire contrôlée par l'État (en France) avec justement tout ce que le marché va commencer à offrir comme « distractions ». Ces distractions devront établir des compromis avec les diverses autorités légales (e.g., à cause de la loi de juillet 1949 sur la protection de la jeunesse), mais aussi avec les professeurs, les bibliothécaires, ... et surtout les parents si elles veulent être achetées, puisque ceux-ci ont encore en main les cordons de la bourse. Michallat montre qu'on assiste à ce qu'elle appelle un « parent-boom », parallèlement à un « baby-boom ». Cette autorité parentale devient en fait plus importante après la Seconde Guerre mondiale avec un « educationalist agenda » (58). Cette nouvelle importance de l'autorité parentale est due à la fois à la perte de pouvoir des autorités traditionnelles, comme l'Église - et donc aussi de leurs journaux (comme *Spirou*, *Tintin* et *Cœurs vaillants* qui tous trois étaient des publications sous influence catholique²) et à la reprise en main de l'éducation par les composantes laïques et républicaines de la société française après Vichy. Cette réaffirmation républicaine s'oppose donc à la première phrase, répétée plusieurs fois dans ce chapitre et les suivants, selon laquelle « One must return as far as Vichy and the Occupation in order to trace and contextualize the inspiration for key pedagogical and ideological aspects of *Pilote's* initial formula » (13). Cette assertion est un peu problématique, dans la mesure où cet aspect éducationniste date en fait des gouvernements d'avant-guerre, en particulier du front populaire, comme l'ont montré des spécialistes des politiques culturelles françaises (e.g., Philippe Poirrier, 2006). De plus, ces BD seront parfois vues potentiellement comme des outils d'apprentissage (méthodologiques—e.g., renforcement de la lecture, et/ou de contenu perçu comme nécessaire sur divers sujets, comme l'histoire, la morale, etc.).

- 7 Le chapitre 2 (55-79) a un titre un peu énigmatique (« Launch and Early Success », « of the magazine », on suppose) qui ne correspond pas vraiment au sujet traité, puisque l'auteur s'attache à montrer cet « agenda éducationniste » à travers quelques exemples concrets. Le premier exemple porte sur « Michel Tanguy » en opposition à l'Américain « Buck Danny » de *Spirou* créé quelques années auparavant par le même auteur, Charlier. En s'appuyant sur le livre de Kristin Ross et la nouvelle obsession de la modernité en France dans ces années 50-60, il montre l'aspect pédagogique du magazine par son inclusion de textes complémentaires à la BD (e.g., sur la « vertical take-off technology », 67, après *Tanguy*) : « This textual complement to bande dessinée meant that the strip could introduce greater complexity into its textual narrative and images because the text running adjacent to the strip familiarized the reader with subject matter, issues, concepts, and references which were then taken up illustratively in the cartoon itself » (67). Et Michallat conclut : « whilst the introduction of the text served to stimulate enquiry in the child its role is more than that of a simple 'legitimiser' of bande dessinée. It intervenes directly into the strips » (67). Cette aventure de *Tanguy* « also serves as an example of how the 'scénariste' can introduce rebellious themes (an adolescent audience's contempt for authority) on the one hand, whilst pandering to the 1949 comics' code and educationalist lobby on the other » (68). Ce chapitre, ainsi que d'ailleurs d'autres, utilise plusieurs fois Edgar Morin, le sociologue français (malheureusement souvent oublié aujourd'hui, et pourtant tellement perspicace sur la société contemporaine), ainsi que de nombreux autres textes

d'intellectuels et critiques de l'époque qui s'intéressaient à la culture populaire et à la BD (Lacassin, Sadoul, Mattelart, etc.).

- 8 Le deuxième exemple, *Astérix*, est tout aussi convaincant, nous rappelant effectivement que les aventures des Gaulois s'inscrivent parfaitement dans les logiques scolaires de ces années 50-60 où le Latin (argument bien expliqué) et l'histoire (malheureusement juste mentionnée en passant) étaient encore centraux dans l'éducation scolaire. Il est toutefois problématique d'affirmer que cet aspect a été peu étudié (71). Il a fait l'objet de divers livres et articles, il est vrai d'après 1999 (e.g., Rouvière—qui n'est jamais cité ici, alors que, même si Michallat a astucieusement évité de faire d'*Astérix* le point central de son étude sur *Pilote*, ce qui a déjà été fait de nombreuses fois).
- 9 L'importance du thème de l'école se retrouve aussi dans d'autres exemples comme dans *Le petit Nicolas* (encore célèbre de nos jours) et dans le « p'tit Pat », bande dessinée oubliée dont les histoires se passent à Paris et où les enfants « have to rely on a retired postman to investigate the mystery on their behalf because they have to attend 'lycée' » (76). Et même le pirate Barbe-Rouge dans *Le Démon des Caraïbes* de Charlier et Hubinon veut donner à l'enfant qu'il adopte (après avoir tué ses parents !) une bonne éducation.
- 10 Le chapitre 3, « *Pilote* in Crisis, 1959-1963 » (81-106), montre comment *Pilote* se retrouve très tôt en situation de crise pour des raisons d'abord financières, dues à deux facteurs. Le premier est une mauvaise distribution et le deuxième est une mauvaise gestion. Après avoir expliqué l'influence du magazine britannique *Eagle* à travers les échanges avec l'éditeur-publisher Hulton press, Michallat aborde la reprise en main par Dargaud et l'impact de la radio à travers la nouvelle station Europe 1. Celle-ci s'oriente vers plus de musique, en particulier populaire (pop), et lance ensuite le magazine mensuel *Salut les copains* dans l'été 1962, avec un énorme succès (un million d'exemplaires vendus fin 1962). Ce nouveau magazine et ses imitateurs ont marginalisé les autres revues pour la jeunesse. D'autre part, la télévision devient plus importante et certains éléments originaux du premier *Pilote*, comme les reportages, sont maintenant dépassés par l'immédiateté et la vivacité des reportages de télévision et les émissions scolaires ou parascolaires. *Pilote* réutilise alors de manière plus systématique le courrier des lecteurs pour tenter d'être à l'écoute des jeunes et de leur culture qui change rapidement. Il essaie même d'être plus représentatif des deux genres/genders (97) mais sans trop de succès dans ce domaine (e.g., le dernier magazine pour filles, *Line*, disparaît en 1964 et la BD est prioritairement masculine). *Pilote* tente alors d'intégrer plus d'articles en rapport direct avec la télévision, entre autres le *Télé-junior*, et un supplément *Télé-Pilote*, et surtout d'adopter la culture yé-yé (101) tout en essayant de maintenir un agenda éducatif en accord avec les parents. Dans ce contexte de nouveaux médias, les magazines ont dû se renouveler et trouver un créneau original. *Pilote* va alors progressivement s'orienter vers le tout BD, une BD qui réussirait à s'adresser à cette nouvelle jeunesse en révolte.
- 11 Le chapitre 4 « The *Bande Dessinée* Re-launch » (107-135) examine comment les nouveaux éditeurs, Charlier et Goscinny, ont recentré l'hebdomadaire sur une BD pour la jeunesse centrée sur leurs centres d'intérêt tout en maintenant une thématique pédagogique pour les parents. Les magazines pour la jeunesse, avec leurs histoires romantiques d'acteurs, chanteuses, et autres vedettes, sont souvent associés aux contes de fée par les autorités critiques et parentales (109). De même, la BD est souvent liée à des genres pour les enfants et à un médium conservateur (elle est entre autres limitée

par la Loi de 1949 sur les publications destinées à la jeunesse). Face à ces tendances, la nouvelle BD devenue un moyen critique s'affirme alors davantage comme moyen de subversion (110). Ceci a commencé avec *Hara-Kiri* (dont les ventes étaient à 250.00 exemplaires, c'est-à-dire 2 fois celles de *Pilote* en 1962). Ce magazine s'adressait non plus à des enfants mais à de jeunes adultes (de plus de 18 ans), et de nombreux autres médias (comme la musique pop et certains magazines *yé-yé*) montraient aussi le chemin. C'est surtout à travers la BD humoristique, plutôt que celle réaliste - qui avait commencé avant même le numéro anniversaire du 21 novembre 1963 avec l'arrivée de Cabu et de son écriture dessinée depuis *Hara-Kiri* (115) - que cette nouvelle tendance critique commence. Mais c'est toujours dans l'esprit pédagogique puisque « [o]n the advice of Goscinny, Cabu switched his focus from the institutional tyranny of the church and army to the school; the one institution with which all readers of the magazine could relate » (116), avec comme modèles des films comme *Les 400 coups* de 1959 et *La Guerre des boutons* de 1961. Suit des analyses consacrées à la « potachologie illustrée » (117-118) et au « grand Duduche » (118-119).

- 12 Mais la nouvelle formule va comprendre aussi des BD « réalistes » comme *Fort Navajo* et son nouvel [anti]héros, le lieutenant Blueberry (122-126). Le succès du western en France (assez extraordinaire vu l'absence de la réalité de cette notion de « frontière » dans l'histoire française) est dû au côté rebelle de cette BD, qui met en scène beuveries et bagarres, choses ici étrangement permises par la censure sans doute parce qu'elles sont situées dans un passé et dans un pays « lointains ». Michallat aborde alors une nouvelle aventure des pilotes Tanguy et Laverdure pour mettre en évidence une fois de plus l'adaptation à cette nouvelle culture *yé-yé* et filmique, ici à travers l'introduction de leurs interactions avec deux héroïnes. Toujours à cause de la Loi de 1949, les personnages féminins dans la BD franco-belge étaient rares à cette époque. Les nouvelles héroïnes de *Tanguy* représentent donc un phénomène nouveau et important dans la BD. Cet épisode de *Tanguy* avait été précédé de peu par l'apparition de *Barbarella* (1962) dont les aventures se situent soit dans le futur, « période » qui devient le sujet de livres intellectuels (Barthes, de Certeau, ...) soit dans un « ailleurs » remettant indirectement en question la vie quotidienne moderne et ses désillusions, comme c'est le cas dans *Norbert et Kari* de Godard (128-129).
- 13 Le chapitre 5, « Prelude to 1968 : Challenges and Changes » (135-169), montre comment les sentiments de frustration de la jeunesse, créés par les inadéquations avec le système éducationnel et qui ont conduit à Mai 1968, sont reflétés dans les magazines pour jeunes, y compris les magazines de BD comme *Pilote*. Ainsi, « *Formidable* was the first French youth publication to capitalize upon the commercial potential of the emergence of youth's increasing frustration with its educational system which was struggling to absorb massive numbers of post-war baby-boomers into an infrastructure suited more to the demands of pre-war society than to those of one in the throes of rapid modernisation » (141). D'autres magazines comme *Bande à part*, puis *Chou-Chou* et le French *MAD* (148) vont suivre mais à l'exception de quelques-uns de ses articles ou BD, *Pilote* s'implique très peu. Ainsi, les nouveaux *Dingodossiers*, en dépit des similarités avec les quatre précédents, diffèrent dans le ton et la présentation (149). Le thème de l'école est maintenu, avec la devise, « instruire en amusant » (150). Par exemple, le *Dingodossier* du numéro 291 (Mai 1965) imite parodiquement (et caricaturalement) l'exercice scolaire typique qu'est l'essai avec la question « quels sont les avantages du play-back ? » et sa réponse structurée et découpée en paragraphes explicatifs (148). Plus tard, l'un des dossiers donnera satiriquement crédit aux mass médias et à leur potentiel

pédagogique avec l'exemple de l'utilisation des sites touristiques comme lieu d'apprentissage (151).

- 14 Plus importante encore est la décision de présenter un thème par numéro. Le thème, choisi par l'équipe éditoriale, donnera aux artistes une plus grande liberté d'expression. Celle-ci conduira alors à augmenter l'importance de l'auteur aux dépens du magazine même, ce qui provoquera à son tour l'éclatement de *Pilote* lorsque ses membres le quitteront pour créer leur propre magazine (e.g., Bretécher en 1972 pour créer *L'Écho des savanes*). La deuxième conséquence de cette innovation du thème est qu'il donne aussi naissance à l'histoire brève, soit le gag soit la « nouvelle graphique » (aux dépens de l'épisode en série), dont les gags absurdes d'un Fred sont un bon exemple (155-156). Une troisième conséquence est la généralisation de l'album. En effet, l'hebdo sert maintenant de prépublication pour des albums (156). L'exemple le plus frappant est celui des albums d'*Astérix*, dont c'est le format album qui est l'une des raisons majeures de son succès.
- 15 L'argument de la première partie du chapitre 6, « 'Astérixisation' and the impact of the album market » (169-211) est beaucoup plus connu : c'est celui de « l'intellectualisation » de la critique de la BD à travers le Celeg et d'autres groupes de fans, tel qu'analysé par Luc Boltanski ici cité. L'impact de cette intellectualisation ne fut pas direct, mais après ces débats publics Dargaud et les membres de l'équipe *Pilote* finirent par se rendre compte que la BD s'adressait aussi à un public plus âgé que celui des lycéens. (179). Cependant, Michallat montre qu'*Astérix* fut un tel succès qu'il fut difficile de se détourner du style (graphique et/ou narratif) de ses aventures gauloises. Ce style a produit de nombreuses imitations ou parodies et a même conduit à changer le sous-titre du journal du « magazine des jeunes de l'an 2000 » au « journal d'*Astérix* et Obélix ». Michallat parle ensuite de « The Dargaudisation of the 'Achille Talon' strip [as] doubly significant because its caricature of the editorial life of *Pilote* gradually edged out *Pilote's* standard editorial feature which had always, in one form or another, served as the primary communicative interface between readers and magazine » (183, [une sorte d'imitation de Gaston Lagaffe chez Dupuis, ce qui n'est pas relevé ici]). Comme Michallat le constate, il est ironique que ce soit lorsque des intellectuels ont commencé à s'intéresser à la BD que celle-ci, dans le cas des éditions Dargaud, ait été la plus figée (184). Michallat se tourne alors (184) vers le problème de cette année 1967 où même des magazines pop pour la jeunesse (e.g., *Formidable*) consacrent des numéros au chômage et donc dans ce cas à l'échec du système éducatif français. Mais une fois encore *Pilote* n'est pas impliqué dans ces débats à l'exception des quelques épisodes de *Duduche* (189). Le journal n'est donc que peu préparé pour ses lecteurs lycéens et ses auteurs rebelles (comme Cabu et Mandryka) qui réclamaient plus d'engagement dans le comité de direction du journal et dans la vie réelle, avec par exemple le « 'dessin' as political protest » (193). En même temps, Michallat montre très bien qu'il s'agissait aussi pour ces artistes d'obtenir une reconnaissance officielle de journaliste de presse, ce qui n'était possible que pour ceux dont le travail couvrait des problèmes d'actualité (194). Après avoir obtenu un accord sous condition, Cabu et Mandryka exercent une pression sur *Pilote* pour qu'il s'ouvre à l'actualité lors de sa relance après les événements de mai 68, mais celle-ci ne sera que très limitée.
- 16 Le chapitre 7, « Post 1968 and the end of *Pilote* 'hebdomadaire' » (213-247), couvre la période d'après 68 et donc les effets de cet événement sur le journal. La nouvelle formule lancée avec le numéro 521 du 30 octobre 1969 (plus d'un an après mai 68), en

plus d'être plus luxueuse, fait effectivement place à des thèmes typiquement soixante-huitards et tabous auparavant dans la BD jeunesse : alcool, violence, et sexe. Mais ceux-ci sont encore bien chastement abordés, spécialement en contraste avec « l'invasion érotique » constatée par *L'Express* (218), comme l'image la plus osée de ce numéro le montre, à travers le baiser de Tanguy (217). Cependant les ventes continuent de baisser : de 116.00 en décembre 1967 on passe à 86.00 en janvier 1970. Cela était attendu puisque même *Le Journal de Mickey* passait de 480.00 en 1968 à 322.00 en 1975. De nombreux facteurs expliquent cette baisse importante, comme la diffusion croissante de la télévision, la concurrence de l'album, et l'énorme succès de la nouvelle formule de *Vaillant* transformé en *Pif-Gadget* en février 1969 (qui montera jusqu'à 1,2 million d'exemplaires vendus en octobre 1971). La solution était difficile à trouver, car à la suite d'un questionnaire (le premier depuis 1963) le magazine doit constater que son public est très divisé entre différentes tranches d'âge : 18% de pré-lycéens et 18% d'étudiants universitaires et le reste de lycéens. Les lecteurs (86% de garçons) ne voulaient plus attendre une semaine pour la suite, ils voulaient une histoire complète tout de suite.

- 17 L'émergence des « sous-cultures » et de leurs presses miméographées à des prix très bas explique aussi partiellement ces baisses. *Actuel* en est un exemple avec sa combinaison éclectique de musique, politique, arts visuels et littérature, et sa volonté de parler de problèmes intéressant directement les jeunes lycéens (à travers interviews ou reportages). Influencé par mai 68 et l'underground américain, le magazine parlait de sexe, de drogue, de critiques de l'école. *Actuel* sera le premier à publier Crumb en France (226) ce qui est symptomatique. De même, l'équipe d'*Hara-kiri* lance *Charlie mensuel* en février 1969, attaquant la BD française traditionnelle. Face à ces périodiques, la réaction des gouvernements sera la même qu'avant, interdisant certains numéros et parfois certains magazines. Cependant, la presse sera très critique vis-à-vis de cette censure gouvernementale. *Charlie mensuel* et *Charlie hebdo* « continued to publish similarly risqué material without further sanction » (232). En conséquence, « the gap between the 'old' style material of *Pilote* and the controversial, risqué material carried in competitor publications became even wider » (233). *Pilote* finalement ajoute dans sa section « Actualités » du contenu plus adulte et politique comme l'exemple de Bretécher le montre (233), faisant écho aux revendications des divers mouvements féministes très actifs depuis mai 68.
- 18 De tels événements expliquent que soit lancée une nouvelle formule se présentant maintenant avec le sous-titre, « le journal qui s'amuse à réfléchir », mais en réalité peu innovatrice et réaffirmant la centralité d'*Astérix* pour le journal (236). Si elle inclut davantage d'artistes critiques (dont Reiser), de gags et d'histoires complètes, c'est encore dans la section « Actualités » que les changements sont les plus perceptibles, étendant la variété des sujets sur maintenant plus de 19 pages au lieu de 10 auparavant (238). Avec l'augmentation des histoires complètes apparaît aussi une plus grande diversité de styles, de plus en plus sophistiqués et expérimentaux (238), influencés par la musique rock, la drogue et l'art des posters. Les BD de Solé, Bilal et Druillet en sont d'excellents exemples. En mars 1972, six de ses stars quittent le journal pour se joindre à l'équipe de nouveaux magazines ou en créer eux-mêmes (e.g., *Métal hurlant* pour Druillet). Mais ces stars vont continuer à être obligées de publier dans *Pilote*, car les adultes constituaient encore alors un public minoritaire pour la BD (244). Ironiquement

c'est quand *Pilote* hebdomadaire devient mensuel et perd sa prééminence sur le marché de la BD que ce médium devient adulte.

- 19 Le livre se termine par une conclusion très brève (2 p.) mais très efficace intitulée « Final Word ». Elle résume la thèse de fond de l'ouvrage, qu'un magazine s'adressant à la jeunesse adolescente va constamment se montrer plus sensible aux changements rapides et nombreux qui ont marqué les années 60. Le périodique réussit longtemps à maintenir un aspect pédagogique, ce qui sans doute lui faisait perdre des lecteurs plus âgés. Mais comme *Astérix* fut un succès retentissant, Dargaud pouvait se permettre de laisser la revue adopter un caractère plus expérimental que commercial et donc peu rentable. De plus, le changement de statut professionnel des artistes BD, passant d'artisans anonymes à artistes, mettra fin à la culture du freelancing qui avait dominé la BD périodique pendant les 70 années précédentes (252).
- 20 En bref, nous avons ici une étude détaillée de la politique et des stratégies éditoriales d'un magazine clé de la BD française de la fin des années 1950 au début des années 1970, illustrant la révolution yé-yé, la montée du pouvoir d'influence de la jeunesse et les réactions des autres médias comme la radio, la télé et d'autres magazines. Comme les titres de chaque chapitre l'indiquent (launch, re-launch, crisis, challenges, changes, the end), *Pilote* a été un magazine constamment en danger de disparition, cherchant à s'adapter mais prisonnier de l'idéologie à visée pédagogique des parents, de la perception de la BD comme médium pour enfants, et visant un marché majoritairement constitué de très jeunes.
- 21 Pour conclure, en dépit du fait que contrairement aux volumes précédents de la collection, ce tome a apparemment moins fait l'objet d'une attention éditoriale soutenue, cette étude est toutefois aussi intéressante que les cinq précédentes. Elle éclaire des thèmes peu abordés dans d'autres livres sur *Pilote* (dont les quatre textes cités, publiés avant 1999) et sur les magazines et la BD des années 1960, mais ici montrés à travers une méthodologie claire appuyée sur des exemples visuels bien choisis.

NOTES

1. <https://www.sheffield.ac.uk/french/staff/wmichallat>
2. Voir *Spirou, Tintin et Cie: une littérature catholique* de Philippe Delisle, Karthala, 2005.

AUTHOR

C[H]RIS REYNS

Université de l'Alberta