

VERS UNE « BEDÉ-RÉALITÉ » LES MUTATIONS DE LA BANDE DESSINÉE AUTOBIOGRAPHIQUE À L'HEURE DU BLOG

Pierre Chemartin, Julie Delporte, Université de Montréal

Comme l'a si bien montré Jan Baetens, « l'émergence d'une veine autobiographique en bande dessinée est le symptôme, si ce n'est la preuve d'un devenir adulte du genre »¹. Sans nul doute, *Maus* d'Art Spiegelman et *Persepolis* de Marjane Satrapi comptent parmi les œuvres qui ont permis à la bande dessinée d'obtenir la reconnaissance des milieux littéraires et artistiques². La bande dessinée aborde désormais des sujets ancrés dans la réalité des auteurs : reportages sur la Palestine de Joe Sacco, souvenirs d'inceste de Debbie Drechsler, récits d'un combat contre le cancer pour Jo Manix, etc.³.

En deux décennies, ces histoires personnelles ont fait tant d'émules que l'éditeur J.-C. Menu parle de l'avènement d'un nouveau standard de création : « Les jeunes auteurs pourront choisir : tu préfères plutôt les personnages, ou plutôt raconter ta vie ? »⁴. Si nombre d'entre eux embrassent, aujourd'hui, le courant autobiographique, leur démarche s'éloigne subtilement de celle des pionniers⁵. Les œuvres d'introspection, de confessions ou à vocation documentaire n'ont pas disparu, mais elles ont laissé place à des formes de récit de vie plus légères, à l'instar des aventures de magasinage des blogueuses Pénélope Bagieu et Margaux Motin⁶.

Quels processus sont à l'œuvre dans la transformation de la bande dessinée autobiographique contemporaine ? En parallèle de la récupération commerciale évoquée par Menu dans son pamphlet *Plates-bandes*, l'arrivée de l'outil de création et de diffusion qu'est le blog participe de cette lente mutation vers une pratique différente du récit de soi en dessin.

Habituellement, ce sont les transformations formelles – dues, par exemple, au son, à l'animation, au récit en hypertextes – qui sont analysées dans le contexte de l'étude de la bande dessinée numérique. Or, même s'il ne contient que de « simples planches numérisées »⁷, le blog implique, pensons-nous, des changements bien plus fondamentaux que ces quelques attractions technologiques. L'expérience du lecteur, celle de l'auteur et, surtout, le rapport qu'ils entretiennent ensemble s'en trouvent bouleversés. Nous verrons que l'impact de cette transition n'est pas seulement d'ordre sociologique. L'impact de cette transition n'est pas seulement sociologique, puisque le nouveau rapport qui s'installe entre les deux parties influence directement le contenu des œuvres de bande dessinée : on ne raconte pas exactement la même chose dans le livre que dans le blog. Ainsi, l'autobiographie se trouve modifiée par le dispositif du blog, aussi bien dans la forme que dans le fond.

Du sketchbook au blog : la publication immédiate

Lorsque le blog s'est démocratisé à l'usage de chaque internaute⁸, la bande dessinée autobiographique était en plein essor, portée par des maisons d'éditions indépendantes telles que *L'Association* ou *Ego Comme X*, dont la réputation de qualité artistique a été rapidement acquise.

La nouvelle vague d’auteurs, qui prend pour modèles les autobiographes Trondheim, David B. ou Fabrice Neaud⁹, s’est logiquement tournée vers le blog, lieu de subjectivité idéal. Pour certains auteurs débutants, le blog est devenu une nouvelle pratique d’autoédition, inspirée du fanzinat. Mais contrairement au fanzine, qui atteint un public relativement local, la diffusion du blog est globale et permet de créer facilement des communautés au-delà des océans. Le blog, de par sa forme, est également dans la continuité de la série culturelle du carnet (*sketchbook*) que pratiquent de nombreux dessinateurs. La plupart du temps, ces carnets de notes et de croquis ne sont destinés qu’à leurs auteurs. Mais ils ont parfois fait l’objet de publications en livres. Pour exemple, la récente édition posthume des carnets de Jo Manix (de son vrai nom Joëlle Guillevic) par FLBLB (fig. 1). Le processus de création du carnet se transpose aisément dans la forme du blog, à la différence que la « remédiation » numérique du carnet a pour effet de rendre la publication immédiate¹⁰.



Fig. 1 – Jo Manix, *Le Journal de Jo Manix : 1994-1995*, LBLB, Poitiers 2009, vol 1.

Gilles Lipovetsky, dans *Les Temps hypermodernes*, souligne que « les médias électroniques et informatiques rendent possibles les échanges en temps réel, créant un sentiment de simultanéité et d’immédiateté qui déprécie toujours plus les formes d’attente et de lenteur »¹¹. La lenteur du travail de création de l’auteur de bande dessinée est d’une étrangeté particulière dans une société marquée par « la tyrannie de l’urgence », selon l’expression de Zaki Laïdi¹². On comprend alors facilement l’aspiration du blogueur à l’exposition instantanée et aux retours rapides que peut lui offrir son outil. En revanche, l’immédiateté du numérique le prive d’un certain recul sur son œuvre, ainsi que de la présence d’une tierce personne, l’éditeur.

L’avènement du self-média

Dans un autre ouvrage, Gilles Lipovetsky explique comment Internet a ouvert les portes d’une nouvelle ère : « après le mode de communication de un vers tous, celui du tous vers tous ; après les médias de masse, l’avènement du *self-média* »¹³. Le blog, en tant que *self-média*, est un outil

permettant au tout venant de devenir auteur. Ce dernier n'aura plus besoin d'être découvert par un éditeur pour diffuser son travail auprès d'un large public. C'est désormais par lui-même, et par le nombre de lecteurs qu'il réussira à fidéliser, qu'il se fera connaître en tant qu'artiste. Deux phénomènes sont ici à l'œuvre : d'un côté, les pratiques se démocratisent, de l'autre, elles se déprofessionnalisent.

Avec l'irruption d'Internet, le rôle de l'éditeur de bande dessinée tant à s'effacer, même lorsque celui-ci décide de publier sous forme d'un livre le contenu d'un blog. Souvent, c'est le nombre de lecteurs qui le pousse dans son choix éditorial. Ainsi, comme l'écrit Arthur Maupin, auteur d'un article intitulé « La disparition », « Bientôt, il n'y aura plus de lecteurs : juste des électeurs. Les livres se feront en direct sous les yeux des internautes, qui seront invités à donner leur avis, voire à voter pour un livre »¹⁴. La publication des blogs de Pénélope Bagieu et de Margaux Motin chez des éditeurs étrangers à la bande dessinée, *Marabout* et *Le Livre de poche*, tend à confirmer cette tendance¹⁵. Leurs blogs ne leur ont pas permis d'être découvertes par le milieu du 9e art, mais bien d'être récupérées par des éditeurs commerciaux certains de vendre le produit dérivé que devient le livre aux lecteurs qui suivent les sites des deux dessinatrices.

Walter Benjamin raconte que, depuis le début du siècle, la presse accorde de plus en plus de place aux courriers de lecteurs : « Entre l'auteur et le public, la différence est en voie, par conséquent, de devenir de moins en moins fondamentale. [...] À tout moment, le lecteur est prêt à devenir écrivain »¹⁶. Gilles Lipovetsky identifie le même phénomène avec Internet : « Désormais sommeille en chaque homme de loisir un désir artiste et en chaque quidam un cinéaste, le rapport au monde devenant de plus en plus esthétique. Une nouvelle frontière se dessine : elle n'est autre que l'expressivité de soi érigée en idéal de masse »¹⁷. Aujourd'hui, chacun revendique non seulement le droit d'être créateur, mais également celui d'être autobiographe, de raconter sa vie sans qu'aucun travail psychanalytique ne soit en jeu. Dans le blog, il s'agit de moins en moins de se raconter pour réfléchir sur soi, comme le faisait Fabrice Neaud dans ses journaux¹⁸. Il ne s'agit plus non plus de se confesser, comme Joe Matt qui transcende par son art ses travers sexuels¹⁹, ni encore de se raconter pour guérir, comme Debbie Dreschler à propos de l'inceste²⁰. Tout internaute peut, aujourd'hui, s'investir dans l'exposition de sa propre vie, aussi banale soit-elle, en suscitant l'intérêt d'un grand nombre de lecteurs. Laurence Allard résume cette idée en parlant « d'un contexte sociétal global d'individualisme expressif »²¹.

L'uniformisation des autobiographies

Le blog donne donc la possibilité à tous de s'exprimer. En revanche, il n'est pas certain que cette expression soit aussi libre qu'elle le prétend. Dans la longue liste des désirs artistiques contemporains cités par Lipovetsky, un exemple frappe : « La maison devient un espace d'expression individuelle et de création familiale chargé d'attentes esthétiques et sensibles »²². Or, à quelle marque pense-t-on immédiatement lorsqu'il s'agit de décorer sa maison ? À Ikea, bien sûr. Alors que chacun cherche à créer le confort de son intérieur, il peut reconnaître chez son voisin les mêmes meubles en kit : étagères *Billy*, lampes identiques, tables d'appoints, dont peut-être la couleur changera pour faire croire à la singularité du choix du consommateur. Ainsi, dans nos maisons, nous finissons irrémédiablement par dire la même chose. L'individualité de l'expression dont parle Gilles Lipovetsky n'est-elle pas plutôt uniforme ?

Les bloggeuses Pénélope Bagieu et Margaux Motin racontent des événements quotidiens de leur propre vie, dans des styles chick-lit à peine différent l'un de l'autre (figg. 2-3). À plusieurs



Fig. 2 – Pénélope Bagieu, *Ma vie est tout à fait fascinante*, Le Livre de poche, Paris 2009.



Fig. 3 – Margaux Motin, *J'aurais adoré être ethnologue*, Marabout, Paris 2009.

reprises, elles se mettent en scène dans des situations similaires : frustrées par leurs mères, enivrées dans des soupers et surtout, en pleine séance de lèche-vitrine, chaussures et lingerie en tête de liste. Le blog ne leur sert pas à exprimer une personnalité singulière mais à y véhiculer – avec humour, certes – une image de la féminité plutôt stéréotypée et un désir de consommation formaté.

Dans *Le Divin marché, la révolution culturelle libérale*, le philosophe Dany-Robert Dufour critique l'emploi du terme « individualisme » pour décrire la société contemporaine. Il lui préfère le substantif « égoïsme » : « L'individualisme [était] la visée du programme transcendantal moderne : se libérer des idoles et accéder enfin à une certaine autonomie au travers d'une exigeante ascèse critique »²³.

Être individualiste, c'est penser par soi-même, de façon autonome. Or, selon lui, « nous avons raté la mise en place d'une société des *égaux*, il ne nous reste qu'à patauger dans les *égos* »²⁴. Pour Dufour, le troupeau « d'égo-grégaires » que nous formons est la conséquence d'un libéralisme de marché institué en nouvelle religion. Nous croyons être libres mais nous sommes manipulés par le marketing agressif véhiculé par la télévision et la presse et, s'il est vrai que la logique d'Internet pourrait aider à exprimer un désir différent de celui du troupeau, encore faut-il être capable d'en sortir. Pénélope Bagieu, par exemple, ne s'en fait pas du tout quant à la citation des marques qui traversent son quotidien : elle n'éprouve ni le besoin de les camoufler ni de les parodier. Dans le livre qui reprend son blog, elles sont clairement affichées : M&M's, Ladurée, Chantal Thomas, SFR, Franprix, et bien sûr : Ikea.

Dufour cite Edward Bernays, théoricien du marketing, qui explique que le point faible de l'homme est la solitude : l'homme est rassuré par la « mise en troupeau ». Mais comme il a quand même envie de se savoir singulier, il faut lui parler de « son » désir. L'objectif pour les annonceurs est d'« homogénéiser les comportements » afin de « maximiser la rentabilité »²⁵. Fatalement, nous en arrivons à avoir des désirs similaires. De plus, comme nous avons regardé les mêmes émissions de télévision dans notre enfance, nous avons aussi les mêmes souvenirs, les mêmes « rétentions secondaires », dit-il en citant Bernard Stiegler²⁶. Nous qui souhaitons être des êtres uniques, nous ne trouvons plus notre singularité.

Les nouvelles stars du blog : vers une « bédé réalité »

Sans doute pour compenser le fait qu'ils ne sont plus « personne » en particulier, naît chez les individus le désir croissant de devenir star (ou auteur). Dany-Robert Dufour parle d'un « incroyable besoin de vouloir devenir célèbre qui saisit les jeunes gens »²⁷, mesuré par la façon dont ils courent derrière une apparition télévisuelle à *Star Academy*. Mais si autrefois l'on devenait célèbre par un trait particulier (jouer du violon mieux que les autres, par exemple), aujourd'hui « je ne peux devenir célèbre et rallier les suffrages qu'en présentant aux autres le maximum de traits d'identification avec eux », explique-t-il²⁸. Rappelons-nous le dire d'Arthur Maupin : les téléspectateurs votent pour leurs stars, les *é-lecteurs* (ou *e-lecteurs*, comme dans *e-mail*) aussi. Pour devenir célèbre, il faut répondre « au plus vite et au mieux à ce que les autres veulent de moi »²⁹.

Le terme « bédé-réalité » nous a été inspiré par la création collective La Maison close, mise en place dans Internet par les auteurs Jérôme Mulot et Florent Ruppert³⁰.

Une vingtaine d'auteurs (plutôt dans le vent) étaient conviés à y tenir un rôle : les garçons jouent les clients, les filles les prostituées. Ainsi enfermés dans des décors dessinés à l'avance par les deux concepteurs, les personnages autofictionnels des auteurs se meuvent, tels des avatars, sous l'œil intéressé des lecteurs-internautes. Et la dessinatrice Anouk Ricard de lancer : « Y'a peut-être des caméras, ils font des trucs bizarres pour nous piéger et ils vont faire une projection publique » [sic]³¹.

À force d'autobiographie et d'autoreprésentation, il semble que l'auteur de bande dessinée, que l'on admirait autrefois pour son trait ou ses histoires, le soit de plus en plus pour sa personnalité. Et cette drôle de *Ferme des célébrités* que propose Ruppert & Mulot le souligne.

Le succès du blog – et d’Internet en général – participe, selon nous, du glissement vers un vedettariat. Fabrice Tarrin, qui tient le blog *Journal intime d’un lémurien*, y raconte comment des filles le reconnaissent dans la rue (fig. 4)³². Margaux Motin relate la même anecdote. Les auteurs sont devenus reconnaissables et l’on s’y intéresse comme à des vedettes. Mais les nouvelles stars du blog n’ont pas exactement la même *aura* que celle qui entourait auparavant les auteurs. Avec le blog, le bédéiste est toujours plus proche de son public. Les lecteurs y sont davantage des fans, qui viennent non pas tant le lire, mais le côtoyer, notamment par leurs commentaires. Le blogueur français Boulet recueille environ 400 commentaires chaque fois qu’il *poste* une nouvelle histoire. Pénélope Bagieu déplace, paraît-il, de nombreux admirateurs (qui lui ramènent des cadeaux, comme à une amie dont ils connaîtraient les goûts) lors de ses séances de dédicaces. Margaux Motin dénombre 4500 amis sur Facebook. Des « amis » et non des admirateurs. « L’intimité a été perdue au profit de la familiarité », souligne Arthur Maupin³³.



Fig. 4 – Fabrice Tarrin, *Journal intime d’un lémurien*, Delcourt, Paris 2008.

De l'interaction des bloggeurs et des e-lecteurs

Le désir de familiarité devient parfois si pressant que les auteurs décident de fermer les commentaires de leurs blogs. C'est le cas de Pénélope Bagieu, ou encore de Zviane³⁴, au Québec. Outre le souci de gérer leur abondance, la clôture des commentaires est sans doute due au sentiment d'invasion du lecteur dans un espace intime. L'écran d'Internet ne distancie pas le lecteur de la même manière que l'objet livre. Lipovetsky le dit bien :

L'explosion écranique est telle qu'en dix ans – l'âge d'Internet – c'est à une véritable révolution copernicienne que l'on assiste, qui renverse la façon même d'être au monde. Du coup, l'idée, développée à partir des années 1960, lorsque la télévision étendait son empire, selon laquelle l'écran ferait écran, serait une barrière entre l'homme et lui-même – écran de séparation, d'illusion, de mensonge, de propagande : écran de fumée –, soulève de plus en plus d'objections³⁵.

L'écran ne fait plus écran, au contraire, il rapproche. Dans *Daddy's Girl*, Debbie Dreshler déballe dès le début de son livre les abus sexuels qu'elle a subis de son père. Dans *Ludologie*, Ludovic Debeurme raconte les jeux sexuels qu'il entreprenait très tôt avec des petites filles de son âge. Dans *Changements d'adresse*, Julie Doucet revient sur ses premières expériences traumatisantes (fig. 5)³⁶. Les œuvres qui atteignent ce degré de confession sont rares dans Internet. Et c'est sans doute normal : le livre protège l'auteur bien plus que ne le fait l'ordinateur. La lecture



Fig. 5 – Julie Doucet, *Changements d'adresses*, L'Association, Paris 1998.

d'un livre implique une certaine démarche : un achat, un emprunt à la bibliothèque, un prêt sous le conseil d'un ami, etc. Des conditions qui vont permettre au lecteur de prendre le temps d'embrasser la totalité d'une œuvre avant d'émettre un jugement. À l'opposé, la lecture du blog est quotidienne, rapide et fragmentaire : l'internaute surfe. Imaginons que les récits érotiques d'Aurélia Aurita (*Fraise et Chocolat*³⁷) prennent la forme d'un blog et non d'un livre... Quels commentaires ses lecteurs pourraient-il laisser ? Ce qui ressemble à une poésie intime et osée lorsque publiée par une maison d'édition de bande dessinée indépendante, *Les Impressions Nouvelles*, prendrait peut-être des allures pornographiques si elle était exposée dans Internet.

La séduction éclipse la confession

Pierre Morelli décrit les blogs de la façon suivante : « lieux de mise en avant de l'image de l'auteur au service d'un marketing personnel, carnets qui consignent, exposent et croisent le quotidien ou les idées et qui rendent publique l'expression des technologies du soi »³⁸. L'expression « marketing personnel » associe la construction identitaire à un *produit*, ainsi qu'au désir de *vendre* sa personnalité aux autres.

L'avantage de la globalité de la diffusion numérique que nous évoquions plus haut recèle également son revers : le blog, s'il n'est pas relayé et soutenu par une communauté, restera perdu sur la toile, invisible aux internautes. Il faut donc non seulement que l'auteur entretienne son blog de l'intérieur, mais également qu'il en fasse promotion, à l'extérieur, afin d'obtenir des lecteurs. Pierre Morelli note à propos du blog que :

*La facilité de son autopublication fragilise sa crédibilité. La transmission de l'information n'étant plus unilatérale, sa validation institutionnelle devient difficile voire impossible. Étonnamment, c'est un critère quantitatif qui permet d'estimer la qualité des informations mises en lignes. Opérant sur le mode intertextuel il consiste à corréliser la valeur de l'information et le nombre des liens qui y mènent. Plus un blog est cité, plus implicitement représente-t-il aux yeux des bloggers une référence dans son domaine. [...] Un mécanisme vertueux s'installe : plus un blog est cité en référence meilleure sera sa côte finale*³⁹.

Ainsi pour faire connaître son blog, il faut laisser des commentaires sur d'autres blogs, parler sur le sien d'autres auteurs en publiant des liens vers leurs blogs, participer à des forums, etc. Puisqu'il s'agit ici de faire la promotion d'un matériel autobiographique, vendre son travail reviendrait insidieusement à vendre sa personnalité et, comme le dit Dufour, à répondre aux attentes du public, qui veut se retrouver dans ce qu'il lit.

Une parenthèse nous mène à évoquer le cas du personnage de Frantico. Rare anti-héros de la toile, celui-ci déballa sur son blog, de 2005 à 2007, ses perversions, son machisme et sa laideur. Frantico n'est pas dans une démarche de séduction, mais dans une démarche mêlant de façon ambiguë confession et provocation. D'abord dupe, le public crut à une véritable autobiographie, avant de comprendre qu'un auteur célèbre se cachait derrière la supercherie : Lewis Trondheim. Désormais, ce dernier intègre *Le Blog de Frantico* dans sa bibliographie. Pour livrer un tant soit peu de contenu, il aura fallu à l'artiste se cacher derrière un personnage et, comme dirait Marc Guillaume, renouer avec l'anonymat, « la parole irresponsable, qui peut osciller entre le mensonge et la vérité, mêler le réel à la fiction »⁴⁰.

L'autobiographie dans le blog semble heurter un mur : y parler de soi en profondeur est quasiment impossible. Lewis Trondheim en dit peut-être davantage sur lui lorsqu'il fait semblant d'être

Frantico que lorsqu'il tient son blog officiel, *Les Petits Riens*. Ainsi, selon Guillaume : « À ce jeu du semblant, le sujet peut-être pris finalement au piège de sa vérité. Cette parole, en apparence libre, peut faire surgir l'Autre dans le sujet, sous forme du discours de l'inconscient »⁴¹.

Nous avançons plus haut que l'auteur cherche à pallier la lenteur de son art en utilisant le blog. De la même manière, il est possible qu'il cherche à combattre l'isolement de la création. Selon Dufour, c'est parce qu'il a peur de la solitude que l'individu se conforme aux autres. Lorsqu'il écrit son blog, l'auteur entreprend une démarche de séduction pour attirer et garder ses lecteurs, sans que son blog n'existerait plus, et ne serait plus, du coup, un remède à la solitude.

Des grands récits aux petits riens : l'impact du blog sur l'autobiographie

Qu'est-il advenu des premières formes de l'autobiographie en bande dessinée ? Dans l'univers numérique, finis les grands récits autobiographiques, ceux qui se déployaient sous la même forme que les fictions, dans une longueur relative, souvent publiés en plusieurs tomes inséparables les uns des autres (*Persepolis*, *L'Ascension du Haut-Mal*, etc.). L'immédiateté, l'interactivité, le rapport de séduction, le mouvement vers une plus grande familiarité ainsi que la starification des auteurs n'ont pu que changer le contenu des bandes dessinées. Dans le blog, il n'y a presque plus d'œuvres de confessions, nous l'avons déjà dit. Il y a moins de recul également, donc moins d'œuvres à caractère documentaire⁴². Le paysage contemporain du blog autobiographique de bande dessinée est plutôt tourné vers l'anecdote et l'éloge de la banalité. Les blogs les plus populaires qui font l'objet de publications en livres sont des blogs dans lesquels les auteurs ne racontent pas grand chose. Lewis Trondheim l'a bien compris en intitulant le sien *Les Petits Riens* (fig. 6)⁴³. Il publiait auparavant, sans passer par le blog, des carnets autobiographiques qui étaient déjà centrés sur



Fig. 6 – Lewis Trondheim, *Les Petits Riens de Lewis Trondheim : Le Bonheur inquiet*, Delcourt, Paris 2008.

la banalité quotidienne et où il ressassait les peurs qui lui empoisonnent la vie⁴⁴. Si ses angoisses parsèment encore *Les Petits riens*, le format haché du blog ne lui en permet pas l'analyse poussée⁴⁵. Au contraire, le livre lui permet d'explorer avec profondeur l'inquiétude éprouvée par le vieillissement de l'artiste (dans *Désœuvré*)⁴⁶. D'autres bloggeurs (Boulet, Pascal Colpron, Laurel, etc.) se mettent en scène dans leurs bandes dessinées mais demeurent, néanmoins, en surface d'eux-mêmes. On croit connaître leur quotidien, mais leur intimité profonde nous reste cachée, contrairement à celle d'une Julie Doucet ou d'un Fabrice Neaud.

On pourrait alors considérer les deux genres séparément : l'autobiographie en livre d'un côté, celle du blog de l'autre. Mais les changements qui interviennent avec le blog déteignent trop sur le milieu du livre pour pouvoir établir une césure. D'abord parce que la plupart des blogs sont à présent publiés en livres. Notons par ailleurs qu'un bon blog ne fait pas à coup sûr un bon livre. Si les strips quotidiens de James Kochalka, réalisés depuis plus de dix ans sur son site *American Elf*⁴⁷, ont le goût d'un rituel délicieux pour ses lecteurs, ils deviennent quelque peu indigestes lorsque compilés par les éditions *Ego Comme X*. Ensuite, le style des bloggeurs semble à présent faire école. Des livres qui n'ont jamais été diffusés numériquement, comme *184 rue Beaubien* de Cyril Doisneau⁴⁸, empruntent un récit fragmenté, composé de courtes anecdotes détachables l'une de l'autre, intercalées de temps à autre par des dessins pleines pages isolés (comme en publient souvent les bloggeurs). Côté contenu, il se met en scène en restant toujours pudique, malgré l'omniprésence des parents et amis qui l'entourent.

Le blog n'est pas le seul responsable des changements de la bande dessinée autobiographique. En parallèle s'opère le mouvement de récupération que dissèque Menu dans *Plates-bandes*. En 2007, Cati Baur publiait chez Delcourt son récit autobiographique *J'arrête de fumer*. Comment ne pas envisager ce titre (ce *produit* dirait Jimmy Beaulieu) comme une opportunité commerciale ? L'œuvre n'a pas besoin d'être de qualité, elle se vendra sans cela.

Conclusion

Si l'autobiographie a donné ses lettres de noblesse à la bande dessinée, si elle a contribué à la légitimer auprès des intellectuels par son sérieux, les bandes dessinées autobiographiques diffusées en ligne dans les blogs présentent, nous l'avons vu, de nouvelles caractéristiques. En ce qui concerne l'autobiographie, l'apport du dispositif numérique n'a pas vraiment changé l'aspect, la forme de cet art, mais plutôt son contenu. Un glissement de ton s'est opéré. Un certain nombre d'auteurs privilégient désormais la légèreté et l'anecdote (dont l'expérience est commune à un large public) plutôt que le grand récit et l'introspection. Serge Daney disait que la télévision moderne aurait fait de nous des « clones déguisés en individus uniques »⁴⁹. À présent que sont apparus les *self-medias* – comme le blog – permettant d'exprimer les singularités de chacun, il apparaît que nos aspirations sont assez conformes. Finalement, la véritable singularité de ces bloggeurs-bédé du quotidien réside peut-être dans leur choix de s'exposer en dessin, plutôt qu'avec l'image photographique omniprésente. Ils œuvrent dans une sorte de différence de la « différence »⁵⁰, un chemin subversif à l'intérieur du monde d'images qui a succédé à celui du *logos*.

- 1 Jan Baetens, « Autobiographies et bandes dessinées », dans *Belphegor*, vol. 4, n° 1, novembre 2004, consultable en ligne à l'adresse http://etc.dal.ca/belphegor/vol4_no1/articles/04_01_Baeten_autobd_fr.html, dernier accès juin 2010.
- 2 Voir Art Spiegelman, *A Survivor's Tale*, Pantheon Books, New York 1972-1991 (éd. fr. *Maus*, Flammarion, Paris 1996) ; Marjane Satrapi, *Persepolis*, L'Association, Paris 2000-2003.
- 3 Voir Joe Sacco, *Palestine*, Fantagraphics, Seattle 1996 (éd. fr. *Palestine* Vertige Graphic, Paris 1996) ; Debbie Drechsler, *Daddy's Girl*, Fantagraphics, Seattle 1996 (éd. fr. *Daddy's Girl*, L'Association, Paris 1999) ; Joëlle Guillevic, *Le Journal de Jo Manix*, tome 1 : 1994-1995, FLBLB, Poitiers 2009.
- 4 Jean-Christophe Menu, *Plates-bandes*, L'Association, Paris 2005, p. 37.
- 5 Dans le texte introductif au collectif *Bagarre*, l'auteur québécois Jimmy Beaulieu remarque que le phénomène autobiographique, érigé en gage de qualité, serait paradoxalement, du fait même de son succès, en train de se saborder : « On nous demande de l'autobiographie sensible, du roman graphique. Ouache. Quand un objet de revendication révolutionnaire devient un produit comme les autres, il perd de son lustre ». Jimmy Beaulieu, *Bagarre*, Colosse, Montréal 2008, p. 3.
- 6 Voir le blog de Pénélope Bagieu à l'adresse <http://www.penelope-jolicoeur.com>, dernier accès juin 2010 ; et le blog de Margaux Motin à l'adresse <http://margauxmotin.typepad.fr>, dernier accès juin 2010.
- 7 Anthony Rageul, « Bande dessinée interactive : comment raconter une histoire ? », Université Rennes 2, Rennes, 2009, <http://www.prisedetete.net>, dernier accès 5 juin 2010.
- 8 Pensons, notamment, aux outils Blogspot (1999), Canalblog (2003), Wordpress (2003).
- 9 Trois auteurs majeurs dans l'histoire récente de la bande dessinée indépendante francophone. Voir, entre autres, Lewis Trondheim, *Carnet de Bord*, L'Association, Paris 2002 ; David B., *L'Ascension du Haut-Mal*, L'Association, Paris 1997-2003 ; Fabrice Neaud, *Journal*, Ego Comme X, Angoulême 1996-2002.
- 10 Voir Jay Davis Bolter, Richard Grusin, *Remediation : Understanding New Media*, The MIT Press, Cambridge (MA) 2000.
- 11 Gilles Lipovetsky, *Les Temps hypermodernes*, Grasset, Paris 2004, p. 88.
- 12 Voir Zaki Laidi, *La Tyrannie de l'urgence*, Fides, Montréal 1999.
- 13 Gilles Lipovetsky, Jean Serroy, *L'Écran global, culture et médias et cinéma à l'âge hypermoderne*, Seuil, Paris 2007, p. 286.
- 14 Arthur Maupin, « Éditer sans les livres ou la disparition », dans *Comix Club*, n° 7, janvier 2008, p. 61.
- 15 Pénélope Bagieu, *Ma vie est tout à fait fascinante*, LGF, Paris 2009 ; Margaux Motin, *J'aurais adoré être ethnologue*, Marabout, Paris 2009.
- 16 Walter Benjamin, « L'Œuvre d'art à l'époque de sa reproductibilité technique », dans *Œuvres*, tome III, Gallimard, Paris 2000, p. 296.
- 17 Gilles Lipovetsky, Jean Serroy, *L'Écran global*, cit., p. 323.
- 18 Fabrice Neaud, *Journal*, 4 tomes, Ego Comme X, Angoulême 1996-2002.
- 19 Joe Matt, *Spent*, Drawn & Quaterly, Montréal 2007.
- 20 Voir Debbie Drechsler, *Daddy's Girl*, cit.
- 21 Laurence Allard, « Express yourself 2.0 ! Blogs, podcasts, fansubbing, mashups : de quelques agrégats technoculturels à l'âge de l'expressivisme généralisé » (2005), http://www.freescape.eu.org/biblio/article.php3?id_article=233, dernier accès juin 2010.
- 22 Gilles Lipovetsky, Jean Serroy, *L'Écran global*, cit., p. 291.
- 23 Dany-Robert Dufour, *Le Divin Marché, la révolution culturelle libérale*, Denoël, Paris 2007, p. 25.
- 24 *Idem*, p. 26.
- 25 *Idem*, p. 43.
- 26 *Idem*, pp. 43-44.
- 27 *Idem*, p. 50.
- 28 *Ibidem*.
- 29 Arthur Maupin, « Éditer sans les livres ou la disparition », cit., p. 51.
- 30 Florent Ruppert, Jérôme Mulot, *La Maison close*, Delcourt, Paris 2010.
- 31 *Idem*, s.p.

- 32 Fabrice Tarrin, *Journal intime d'un lémurien*, Delcourt, Paris 2008. Voir aussi le blog à l'adresse <http://www.fabricetarrin.com/blog/>, dernier accès juin 2010.
- 33 Arthur Maupin, « Éditer sans les livres ou la disparition », cit., p. 61.
- 34 Zviane, *La Plus Jolie Fin du monde*, Mécanique Générale, Montréal 2007, <http://www.zviane.com/prout/>, dernier accès juin 2010.
- 35 Gilles Lipovetsky, *Les Temps hypermodernes*, cit., p. 283
- 36 Julie Doucet, *Changements d'adresses*, L'Association, Paris 1998.
- 37 Voir Aurélia Aurita, *Fraise et Chocolat*, Les Impressions Nouvelles, Bruxelles 2006.
- 38 Pierre Morelli, « Blogs et médias, quels rapport aujourd'hui : essai de typologie », dans Dimitris Gouscos, Michel Meimaris (sous la direction de), *Enjeux et usages des Technologies de l'information et de la communication. Médias et diffusion de l'information : vers une société ouverte*, Gutenberg, Athènes 2007, s.p. Le rapprochement entre les « techniques de soi » – un concept de Michel Foucault – et les nouvelles technologies est repris des travaux de Laurence Allard. Selon elle, les pages personnelles que sont les blogs proposent une figuration de soi qui « [participe] encore de ces technologies du self travaillées par Michel Foucault ». Voir Laurence Allard, « Express yourself 2.0 ! Blogs, podcasts, fan-subbing, mashups... : de quelques agrégats technoculturels à l'âge de l'expressivisme généralisé », cit.
- 39 Pierre Morelli, « Blogs et médias, quels rapport aujourd'hui : essai de typologie », cit., s.p.
- 40 Marc Guillaume, *La Contagion des passions. Essai sur l'exotisme intérieur*, Plon, Paris 1989, p. 25.
- 41 *Idem*, p. 26.
- 42 Il est possible de trouver des contre-exemples. Mentionnons, notamment, le blog de Martin Vidberg, *Journal d'un remplaçant*, qui relate son expérience de professeur dans un institut pour élèves violents. Il apporte au lecteur une vision informative, tout en aidant l'auteur à digérer son expérience à l'aide de l'écriture.
- 43 Lewis Trondheim, *Les Petits Riens de Lewis Trondheim*, Delcourt, Paris 2006-2009. Voir blog : <http://www.lewistrondheim.com/blog/>, dernier accès juin 2010.
- 44 Nous renvoyons le lecteur à Lewis Trondheim, *Approximativement*, Cornélius, Paris 1995, et Lewis Trondheim, *Carnets*, L'Association, Paris 2002-2004.
- 45 Mais finalement, le blog de Trondheim est-il vraiment un blog ? D'abord, l'auteur programme à l'avance ses publications, contournant le caractère immédiat de l'outil. Ensuite, il n'autorise pas le commentaire, tuant la possibilité de l'interactivité. Enfin, ses *posts* s'effacent à mesure qu'il en publie d'autres, comme s'il s'agissait davantage d'un *teaser* pour le livre qu'il éditera un peu plus tard.
- 46 Voir Lewis Trondheim, *Désœuvré*, L'Association, Paris 2005.
- 47 James Kochalka, *American Elf*, Ego Comme X, Angoulême 2008. En ligne : <http://www.americanelf.com/>
- 48 Cyril Doisneau, *182 rue Beaubien*, La Pastèque, Montréal 2009.
- 49 Serge Daney, « Marché de l'individu et disparition de l'expérience », dans *Esprit*, janvier 1992, p. 151.
- 50 Silvestra Mariniello, « La *Litracie* de la différence », dans Jean-Louis Déotte, Marion Froger, Silvestra Mariniello (sous la direction de), *Appareil et intermédialité*, Editions l'Harmattan, Paris 2007, pp. 163-187.