

Acta Romanica Quinqueecclesiensis

Tomus VIII.

Études de la bande dessinée
Horizons franco-hongrois

sous la direction de
Adrián BENE et Laura Klára LUKÁCS



Pécs
2025

Acta Romanica Quinqueecclesiensis

Études de la bande dessinée

Horizons franco-hongrois

sous la direction de
Adrián BENE et Laura Klára LUKÁCS



2025

Acta Romanica Quinqueecclesiensis

Rédacteur de la collection :
Adrián BENE

© Rédacteurs

© Auteurs

Éditeur : Département d'Études Françaises et
Francophones, Faculté des Lettres, Université de Pécs

Révision : Sándor KÁLAI

Révision linguistique : Marc LAURENT

ISBN : 978-963-626-495-6
ISSN : 2498-7301

Table des matières

Adrián BENE : Le récit graphique et la narratologie contemporaine	6
Gyula MAKSA – Laura Klára LUKÁCS : Géopolitiques populaires, géopolitique des médias et bande dessinée	26
Ádám László KISS : La bande dessinée française en Hongrie à la fin de l'ère kadarienne : l'exemple du magazine trimestriel <i>Habota</i>	50
Ferenc VINCZE : 1968 en bande dessinée : histoire, technologie, pratiques culturelles	63
Gyula MAKSA – Kata MURÁNYI : Représentations de la migration dans le roman graphique <i>Madgermanes</i>	75
Krisztián BENE : Représenter l'engagement des volontaires français de la Waffen-SS : une analyse historique et narratologique de la bande dessinée <i>Berlin sera notre tombeau</i>	90
Beáta PAPP : Educación bilingüe – Bachillerato en Geografía en italiano	107
Marcela HENNLICHOVÁ : Rapport de la conférence La Société des Nations	127
Auteurs	130

Géopolitiques populaires, géopolitique des médias et bande dessinée

Gyula MAKSA

Université de Pécs

Faculté des Lettres et Sciences Humaines

Département des Sciences de la Communication et des Médias

Centre de Recherche pour l'Étude de la Bande Dessinée

Laura Klára LUKÁCS

Université de Pécs

École Doctorale en Études Littéraires et Culturelles

Faculté des Lettres et Sciences Humaines

Département des Sciences de la Communication et des Médias

Centre de Recherche pour l'Étude de la Bande Dessinée

The study explores the geopolitics of comics as a medium shaped by global media power relations. Drawing on Philippe Boulanger's theory of media geopolitics, it identifies three main centers of influence—Europe, North America, and East/Southeast Asia—reflected in the traditions of bande dessinée, comics, and manga. The authors highlight transnational exchanges, media cities, cultural hybridization, and the role of comics in “soft power” diplomacy and popular geopolitics.

Introduction

Traitant des enjeux d'espace et de pouvoir, l'approche géopolitique tente d'utiliser les perspectives géographiques dans le domaine de la politique et des études politiques, et inversement, d'attirer l'attention sur les perspectives de la politique internationale et de la science politique en géographie. Non seulement la sphère publique médiatisée, mais aussi l'étude des médias ont été infiltrées récemment par les problématiques de l'espace et du pouvoir. Dans cette étude, nous présentons d'abord la géopolitique de la bande dessinée à travers les centres de gravité, les courants et les réseaux qui façonnent l'organisation spatiale du pouvoir médiatique, puis nous discutons des villes de la bande dessinée, des géopolitiques populaires et de la bande dessinée en tant qu'outil de *soft power*.

Les prédécesseurs les plus importants de la géopolitique des médias institutionnalisée sont certainement les analyses qui traitent des thèmes de la globalisation, de la mondialisation, de l'internationalisation et de la transnationalisation des médias. Une partie importante du vocabulaire de la géopolitique des médias, comme la « déterritorialisation », l'« impérialisme

culturel », la « cité des médias » ou la « ville des médias » (« *media city* », « *Medienstadt* »), dérive de ces travaux. La géopolitique des médias s'appuie donc sur un ensemble de traditions diverses, allant des études allemandes sur la communication et les médias, qui combinent l'approche des études culturelles britanniques avec une perspective de recherche transculturelle⁷¹, aux littératures combinant la critique des médias et les réflexions sur les processus de mondialisation. Parmi ces derniers, il faut mentionner les livres d'Armand Mattelart, qui ont été publiés généralement en français ou en espagnol pour la première fois, mais dont beaucoup ont été traduits dans de nombreuses langues partout dans le monde⁷².

Le manuel de Philippe Boulanger de 2014 offre une vue d'ensemble de l'émergence de la géopolitique des médias en tant que discipline indépendante et présente de manière détaillée son vaste éventail de sujets⁷³. Dans cet article inspiré dans une large mesure par cette présentation de la géographie des médias, mais complété par les recommandations de la recherche en études culturelles sur la géopolitique populaire, nous allons maintenant attirer l'attention sur certaines possibilités d'interprétation et d'étude de la géopolitique des médias et de la géopolitique populaire en relation avec la problématique à multiples facettes de la bande dessinée en tant que média.

Centres de gravité

Dans son enquête sur l'évolution chronologique des technologies, des institutions et des cultures médiatiques, le chercheur en géopolitique Philippe Boulanger distingue, dans une perspective historico-géographique, trois centres de gravité qui concernent le développement spatial des outils et des usages de la communication⁷⁴. Du Moyen-Âge au début du XXe siècle, le centre européen occupait une place prépondérante, le centre nord-américain a prévalu tout au long du XXe siècle et il domine encore certains domaines aujourd'hui (comme celui d'Internet), tandis qu'une concentration plus récente émerge en Asie de l'Est/Sud-Est. L'ouvrage fournit une multitude de données qui prouvent que de nombreux facteurs ont contribué à l'émergence de ces centres : l'innovation scientifique et

⁷¹ Hepp 2006.

⁷² Un excellent résumé de sa vie et de son œuvre : Mattelart 2010.

⁷³ Boulanger 2014. Une version récente du réseau conceptuel de l'ouvrage précédent : Boulanger 2021.

⁷⁴ Boulanger 2014 : 33–57 ; une carte récapitulative à la page 34.

technologique, la croissance démographique et diverses circonstances économiques, sociales et politiques. Dans le cas de l'Europe, par exemple, l'essor du capitalisme et du colonialisme a facilité la mise en réseau et l'internationalisation des médias dans les colonies. En ce qui concerne l'émergence du centre de gravité nord-américain, Philippe Boulanger attire l'attention sur le rôle de la liberté d'expression et de la culture de consommation générée par le capitalisme de marché (en citant les exemples de l'industrie de la publicité et de la distribution cinématographique multiplex). Dans le cas de l'Asie, la croissance économique des dernières décennies et l'affinité du média actuel avec la tradition des cultures écrites ne peuvent être négligées (ce n'est pas un hasard si huit parmi les dix premiers journaux du monde en chiffres de diffusion proviennent d'Asie).

Des points focaux similaires peuvent être tracés dans le domaine de la bande dessinée ; de plus, les trois mêmes centres de gravité peuvent être identifiés dans ce domaine aussi, à parts égales entre la bande dessinée européenne, le comics nord-américain et le manga asiatique. Bien sûr, les facteurs démographiques façonnent les opportunités des marchés de la bande dessinée, et les développements technologiques jouent également un rôle important dans leur formation. Par exemple, l'invention de la (proto-)bande dessinée européenne par Rodolphe Töpffer dans la première moitié du XIXe siècle est allée de pair avec la diffusion d'un nouveau procédé d'impression, l'autographie⁷⁵. La croissance démographique et la diffusion de l'alphabétisation ont certainement promu le succès des magazines illustrés européens du XIXe siècle et au tournant du siècle, la popularité des journaux américains, dans lesquels les bandes dessinées sont parues, tandis que, plus récemment, elles encouragent l'institutionnalisation des médias et de la culture de la bande dessinée en Afrique subsaharienne⁷⁶.

Échanges culturels à l'échelle mondiale

Pourtant, nous pouvons constater qu'au cours de presque deux siècles d'histoire de la bande dessinée, de simples déplacements des centres de gravité n'ont pas eu lieu, mais des processus plus complexes se sont déroulés. La culture du comics, dont les débuts sont généralement considérés à partir du Yellow Kid de Richard Felton Outcault, est d'abord apparue au travers d'une publication journalistique, sous l'influence

⁷⁵ Gaudreault – Marion 2000 ; Odaert – Tilleuil 2011.

⁷⁶ Pour en savoir plus, voir par exemple : Cassiau-Haurie 2010.

commune de la tradition européenne de la (proto-)bande dessinée du XIXe siècle, caractérisée par le travail de Rodolphe Töpffer, Wilhelm Busch, Nadar, Caran d'Ache et Christophe, et de la presse populaire à fort tirage en Amérique du Nord. C'est sous l'influence des œuvres de l'Allemand Wilhelm Busch, que Rudolph Dirks a créé les premiers *comic strips* (Dirks lui-même a émigré d'Allemagne avec ses parents lorsqu'il avait sept ans) et l'œuvre de Winsor McCay, le premier grand classique américain, témoigne aussi des influences de la (proto-)bande dessinée européenne, comme on peut observer par exemple dans le cas de *Little Nemo in Slumberland*. Plus tard, les comics Disney et de super-héros ont joué un rôle important, d'abord en influençant la bande dessinée populaire francophone (par exemple *Tintin*, *Spirou*, *Astérix*, *Lucky Luke*, et *Titeuf*), puis la tradition moderne du manga japonais (par exemple les œuvres d'Osamu Tezuka). Et à son tour, la tradition francophone, ou plus récemment la tradition japonaise de la bande dessinée, ont également exercé un impact sur la tradition américaine. L'influence de la première se fait sentir notamment dans les bandes dessinées *underground* et les romans graphiques (Will Eisner, Art Spiegelman), tandis que le roman graphique gagne également du terrain dans les pays francophones, suivant les modèles nord-américains (par exemple, les bandes dessinées de Marjane Satrapi et Riad Sattouf). *Tokyoland* de Benjamin Reiss, publié en 2009 (et sa nouvelle version *Supertokyoland* de 2015), est un roman graphique autobiographique écrit en français, tout en étant reconnu comme un manga et récompensé par le concours de bande dessinée du Ministère des Affaires étrangères du Japon. En outre, la fusion des trois grandes traditions de la bande dessinée et les variations géographiques et culturelles peuvent être observées dans des exemples considérablement plus anciens. Au début du XXe siècle, alors que la production américaine de bandes dessinées connaît un essor intense, le supplément du *New York Herald* publie pour la première fois, entre 1903 et 1905, les œuvres « dessus dessous » de Verbeek (Gustave Verbeck). L'originalité de ces œuvres réside dans le fait qu'une fois avoir lu la planche, le lecteur doit tourner les images à l'envers pour continuer à lire le récit. Verbeek, un dessinateur d'origine néerlandaise, a grandi à Nagasaki, étudié à Paris puis émigré aux États-Unis. Ses œuvres, situées dans un environnement médiatique nord-américain, témoignent à la fois des influences asiatiques et européennes⁷⁷.

⁷⁷ Moliterni 2005 : 102-111.

S'il est assez courant dans les études sur la bande dessinée de réfléchir autour de trois centres, trois grandes variétés géoculturelles, il convient de ne pas oublier les cultures et les marchés de la bande dessinée en dehors des scènes franco-belge, américaine et japonaise (les traditions italiennes, coréennes, hispanophones, lusophones, germanophones, scandinaves, tchèques ou de l'ex-Yougoslavie sont également importantes, entre autres). Si certains sont issus d'une internationalisation coloniale (par exemple, le Malawi, l'ancien Congo belge, le Kenya⁷⁸) ou d'une hybridation (parmi les nombreux exemples d'Asie du Sud-Est, les bandes dessinées de Hong Kong et du Viêt Nam, ou les mangas allemands d'Europe), tous ne peuvent pas être mentionnés ici. En outre, les trois grandes variantes ne sont pas homogènes en elles-mêmes et présentent en fait de grandes différences les unes par rapport aux autres en matière de genres, de supports et de modèles médiatico-économiques⁷⁹.

Réseaux transnationaux

Grâce aux processus transculturels de la mondialisation, les genres et les médias propres à chaque culture et marché traditionnels ont également changé : après le tournant du millénaire, la France est devenue le deuxième marché mondial pour les mangas après le Japon, et la bande dessinée européenne semble se renouveler en grande partie grâce aux bandes dessinées de style manga (nous y reviendrons plus tard dans le contexte du *soft power*.) En outre, la production et la consommation de bandes dessinées ont trouvé de nouveaux modes d'organisation spatiale. Les communautés transculturelles organisées *via* Internet avec des membres de diverses locations géographiques contribuent à la transmission de certains genres (par exemple, le yaoi japonais) ou de certaines variations culturelles (par exemple, la bande dessinée africaine francophone), tandis que les phases de production se déroulent en différents endroits.

Il existe des arguments en faveur de l'utilisation des États-nations comme base distinctive de discussion des cultures médiatiques, des marchés médiatiques et des centres de la production mondiale de la bande dessinée. Quelques arguments en faveur de ce cadre sont l'unité de la réglementation des médias, la manière dont le marché des médias s'y adapte, l'utilisation des langues officielles et l'effet homogénéisant de l'éducation organisée au

⁷⁸ Cassiau-Haurie 2010.

⁷⁹ Guilbert 2012.

niveau de l'État-nation. D'autre part, la production, le marché, la culture et l'impact des médias, y compris la bande dessinée, dépassent souvent les frontières nationales.

La Belgique constitue un cas unique pour plusieurs raisons. En dehors du Japon, il s'agit sans doute du pays dans lequel la culture de la bande dessinée est la plus largement institutionnalisée, mais la nature de cette culture dans les communautés francophone et néerlandophone diffère considérablement, précisément en ce qui concerne ses aspects transnationaux et transculturels. Au cours de l'essor de la bande dessinée après la Seconde Guerre mondiale, la bande dessinée flamande est restée destinée à un public principalement flamand, et a souvent conservé ses références culturelles locales, même lorsque la bande dessinée franco-belge tentait de les éviter, afin de s'ouvrir à un marché plus large, principalement français. Différents supports, thèmes, personnages, genres et mises en page sont liés aux cultures respectives de la bande dessinée des deux communautés linguistiques ; flamande, qui privilégie les genres journalistiques et qui met en scène souvent des protagonistes féminins, et francophone, qui a longtemps été fortement centrée sur les hommes et préfère l'album à couverture rigide comme support. Grâce à l'émergence de la bande dessinée francophone, une partie de Bruxelles et de la Wallonie, une région d'ailleurs semi-périphérique en termes géopolitiques et médiatiques, a acquis une position centrale, avec des maisons d'édition associées aux grandes imprimeries, des magazines, des genres et des styles canoniques de la bande dessinée. Dans les années 1950 et 1960, la Belgique est devenue un « Eldorado » de la bande dessinée, attirant de nombreux dessinateurs étrangers, dont le Suisse Derib (Claude de Ribaupierre), l'Italien Dino Attanasio, les Français Tibet (Gilbert Gascard) et Jean Graton⁸⁰.

La bande dessinée en Europe centrale et orientale et en Europe du Sud-Est

Une exposition itinérante intitulée *comiXconnection – strip, bandă desenată, strip, képregény, cмпуn* initiée et organisée par Beate Wild, chercheur au Musée des cultures européennes de Berlin, a encouragé la réévaluation des relations centre-périphérie dans le domaine de la bande dessinée européenne. Comme le suggère son titre, le matériel présenté dans l'exposition était

⁸⁰ Lefèvre 2000 : 168-195.

multilingue. Au total, plus de 50 artistes de Croatie, de Serbie, de Slovénie, de Roumanie et de Hongrie ont présenté leurs œuvres ensemble entre juin 2013 et octobre 2015 dans les villes d'une région dont le point le plus au Sud était Sarajevo, le plus à l'Est Bucarest, le plus à l'Ouest Pula et le plus au Nord Budapest – et plus tard dans plusieurs villes d'Allemagne aussi. Dans chaque lieu, l'exposition a été modifiée légèrement pour l'adapter à différents espaces d'exposition et à différents programmes d'accompagnement. La carte de l'exposition et du site web de *comiXconnection* ne marque pas les frontières des pays, mais seulement les villes d'une région sans frontières et non nommée, qui peut toutefois être considérée comme « Europe du Sud-Est ». Le caractère multilingue de l'exposition et des documents qui l'accompagnent est remarquable,⁸¹ car il indique que les organisateurs n'ont pas cherché à éliminer les différences linguistiques et culturelles qui caractérisent la culture de la bande dessinée de ces pays et communautés linguistiques, dont les traditions de bande dessinée sont partiellement différentes. Qu'il soit abordé sous l'angle des « pays en tant qu'État-nation » ou celui des « communautés linguistico-culturelles en tant que nations », *comiXconnection* est un projet transculturel et transnational qui traverse les frontières. Le projet lui-même représente le dynamisme, la formation, le changement, l'interaction, le mouvement continu et il offre des positions qui ne sont que provisoirement stables, donc le préfixe « trans- » semble plus justifié que le « inter- »⁸². L'exposition est également importante parce qu'elle met en lumière le travail des artistes qui vivent en dehors des grands centres mondiaux de l'édition de la bande dessinée comme le Japon, l'Amérique du Nord, la Belgique, la France ou même l'Italie, le centre de l'industrie de la bande dessinée le plus proche de cette région, lui-même étroitement lié au marché francophone. Le travail des dessinateurs présentés au cours de l'exposition peut être considéré comme indépendant, ou du moins, partiellement indépendant des mouvements du marché des médias. Dans le cas de ce projet, une intention de créer des réseaux entre les cultures de la bande dessinée dans la région se manifeste clairement. D'autant plus que les innovations les plus passionnantes ont souvent lieu dans des réseaux culturels alternatifs que l'exposition met en lumière, dans le but de faire du réseautage entre eux. Il semble que les organisateurs de *comiXconnection* aient vu une opportunité

⁸¹ Par exemple, le site web est en huit langues : comixconnection.eu.

⁸² Jablonczay 2015 : 137-141.

dans les différentes variations médiatiques de la bande dessinée, puisqu'ils en fournissent un large éventail d'exemples, du musée de la bande dessinée de Bucarest à l'art de la rue de Ljubljana. En général, les cultures de bande dessinée de ces territoires sont plus ouvertes sur l'Europe occidentale, l'Amérique du Nord et l'Extrême-Orient. Pendant que l'exposition itinérante voyageait, les organisateurs ont tenté d'attirer l'attention des artistes, des critiques et du public de différentes cultures médiatiques et traditions de la bande dessinée sur les œuvres des pays voisins. Les membres du public pouvaient même contribuer à l'exposition dans les différentes villes, en réalisant leurs propres dessins, tout en formant un dialogue avec les objets exposés. Le projet de l'exposition, qui présente des œuvres contemporaines, peut également nous aider à réévaluer l'histoire de la bande dessinée au sein de chaque pays participant dans une perspective comparative de la situation actuelle exposée et mise en commun dans le réseau de *comiXconnection*.

Cette perspective comparative devrait être d'autant plus présente dans la recherche liée à l'histoire et la culture de la bande dessinée dans les régions faisant cohabiter différentes nationalités, comme le bassin des Carpates. Du fait de diverses raisons historiques et économiques, les cultures de la bande dessinée roumaine et hongroise présentent de nombreux points communs⁸³, non seulement au regard de leur histoire de développement qui peut être retracée jusqu'aux journaux, et à la presse humoristique du XIXe siècle,⁸⁴ mais aussi dans leur fonctionnement d'aujourd'hui. La production, les établissements et le marché de la bande dessinée hongrois et roumain forment souvent des synergies, comme dans le cas de la série *Naiade* (2017 –)⁸⁵, dont le scénariste est Maria Surducan, une artiste de la bande dessinée roumaine, et dont le dessin et le coloriage sont l'œuvre de Anna Júlia Benczédi, une dessinatrice hongroise. Les deux créateurs habitent Cluj-Napoca, une ville universitaire et pluriculturelle de Roumanie. Dès le début, les créateurs visaient de traduire cette bande dessinée en français, pour accéder aux marchés de la bande dessinée francophone, mieux institutionnalisés que ceux de leurs pays voisins. En feuilletant cette bande dessinée, on peut bien observer, qu'elle s'adapte aux conventions de la culture de la bande dessinée francophone : l'album compte 64 pages, et certains savoirs culturels reliés aux contes de fées et au folklore du bassin

⁸³ Császár 2023b.

⁸⁴ Császár 2022.

⁸⁵ Császár 2023a.

des Carpates sont expliqués et diffusés dans l'œuvre. La bande dessinée était d'abord en roumain, et elle est parue sous le titre *Știma apelor* (2019). Les créateurs ont décidé de la faire traduire en hongrois aussi : sous les titres *Vízitündér* (2019), et *A vízitündér lánya* (2021) deux tomes de la série sont parus en cette langue aussi. Ayant été traduite en hongrois, la bande dessinée est parue sur le marché de la bande dessinée hongrois. C'est la raison pour laquelle en 2020 *Vízitündér* a reçu le prix Alfabéta de l'Association de la Bande Dessinée Hongroise (Magyar Képregény Szövetség), qui est la plus grande reconnaissance professionnelle dans cette culture de la bande dessinée. Il n'est pas étonnant non plus, qu'en 2023-2024, une exposition itinérante de la dessinatrice Benczédi, présentée d'abord à Budapest, puis à Cluj-Napoca, a terminé son parcours à Pécs. Ce sont des villes avec des communautés et des établissements de formation des artistes et de recherche sur la bande dessinée : peu importe que les bandes dessinées de l'exposition soient en anglais, roumain ou hongrois, elles attirent l'attention du public, et elles sont compréhensibles à travers des cultures, indépendamment du lieu de l'exposition. Il est intéressant de savoir aussi, que la dessinatrice a publié des bandes dessinées non seulement en Roumanie et en Hongrie, mais aussi dans les anthologies polonaises et serbes. Le cas de la bande dessinée *Naiade* est un exemple qui démontre que les créateurs, les marchés, les prix, et les expositions s'organisent à travers des frontières dans cette région de périphérie même aujourd'hui : ce n'était pas différent dans le passé non plus ; c'est pour cela que les recherches liées à l'approche comparatiste sont particulièrement pertinentes dans la région de l'Europe du Sud-Est.

Il existe un certain nombre de différences dans les histoires de la bande dessinée dans la région ; la tradition yougoslave a été exposée plus longtemps à l'influence nord-américaine et aux influences plus diverses de l'Europe occidentale ; les genres historiques et de science-fiction occupent une place plus importante dans l'histoire de la bande dessinée roumaine ; l'adaptation a été le genre le plus déterminant pendant plus de trois décennies dans l'histoire de la bande dessinée hongroise. Mais malgré tout cela, il existe également des similitudes frappantes entre elles : l'apparition de proto-bandes dessinées au XIXe siècle ou au début du XXe siècle dans la presse, l'influence nord-américaine, mais aussi la parution des récits graphiques sous-titrés de l'entre-deux-guerres (souvent avec des textes en vers en Hongrie et en Roumanie), l'interdiction et la restriction de la bande dessinée pendant un certain temps à la fin des années 40 et au début des

années 50, puis l'influence de la bande dessinée européenne dans tous les pays de la région et enfin l'émergence de la stratification culturelle de la bande dessinée contemporaine, façonnée par les tendances transculturelles de la mondialisation⁸⁶. Une analyse historique comparative et transculturelle des différents systèmes médiatiques de la région, y compris l'édition de bandes dessinées, serait également un gain pour l'histoire des médias de chaque pays de la région.

Villes de la bande dessinée

On a pu observer que tandis que la région de l'Europe du Sud-Est est parsemée de festivals, de lieux de formation et de production de la bande dessinée, en Europe occidentale il y a de vrais chefs-lieux où les réseaux de production, du marché et de la recherche se concentrent dans l'espace clos d'une même ville. Concernant les médias, les nombreux processus transfrontaliers, l'organisation translocale, la « déterritorialisation », la mise en réseau, les flux transculturels et l'hybridation culturelle n'empêchent pas que certaines densités de pouvoir, d'importance économique et culturelle dans l'espace prennent forme. Les recherches liées aux tendances transculturelles de la mondialisation et à l'approche géopolitique des médias s'intéressent à ce phénomène, qu'elles désignent sous le nom de « media city » : « cité des médias » ou « ville des médias » dans différents contextes. Ce terme est conventionnellement utilisé dans deux sens distincts mais liés entre eux. Dans un sens plus restreint, le terme désigne les zones urbaines spécialement conçues pour soutenir et renforcer les industries des médias et de la création, la production et les activités liées à l'économie des médias⁸⁷. Dans le monde occidental, ces lieux ont traditionnellement été créés dans le contexte de l'industrie cinématographique. Au XXI^e siècle, les villes des médias sont apparues grâce à un regroupement économique, qui a engendré une concentration spatiale. La création de ces nouvelles zones où se concentrent de nombreuses entreprises de médias, d'informatique et de télécommunications ainsi que des installations de recherche a été une caractéristique en Asie notamment. L'une de ces villes des médias d'importance géopolitique a été créée aux Émirats arabes unis sous le nom de Dubai Media City. Plus de 1 300 entreprises, tant dans le domaine des médias traditionnels que dans celui des nouveaux médias et de la publicité,

⁸⁶ Cf. Kertész 2007 ; Moliterni et. al. 2004 : 243-246, 364-369, 375-383 ; Nița – Ciubotariu, 2010.

⁸⁷ Cf. Boulanger 2014 : 70-74.

y sont concentrées. Dubai Media City a pour ambition de devenir un pôle médiatique et une passerelle culturelle et de mondialisation pour les pays du Golfe, à l'instar de l'industrie médiatique de Hong Kong en Asie du Sud-Est et dans le monde chinois⁸⁸. Dans une acception plus large, les villes des médias sont des grandes villes ou des métropoles. D'une part, elles présentent un niveau élevé de concentration en matière de production : comme dans le cas des villes (ou des « cités ») des médias au sens étroit, elles accueillent souvent les sièges des entreprises de médias, d'informatique et de publicité, des centres financiers, mais elles fonctionnent également comme des centres de la vie intellectuelle et culturelle. Si les villes des médias sont des sites de développement et d'expérimentation, c'est en partie parce qu'elles sont des destinations populaires pour les migrations ; leur économie des médias et leur médiaculture bénéficient des processus migratoires de la mondialisation et de la concentration d'une main-d'œuvre hautement qualifiée. Ces tendances sont encore renforcées par la présence de centres de recherche, d'universités et d'établissements de formation de très haut niveau. Ces institutions sont importantes non seulement pour la formation des professionnels, mais aussi en raison du développement de réseaux informels entre eux. L'environnement culturellement diversifié et les expériences transculturelles accessibles sur ces lieux inspirent les créateurs de contenu, mais aussi le public et les utilisateurs de médias. Dans ses écrits sur les villes médiatiques mondiales, Andreas Hepp utilise le terme « ville des médias » (« Medienstadt ») dans son sens plus large⁸⁹. Il semble, d'après son livre, que les villes des médias mondiales du millénaire, à l'exception de quelques grandes villes comme Tokyo, Hong Kong, Singapour, Melbourne, Sydney, Buenos Aires, Sao Paulo et Mexico, sont exclusivement européennes ou nord-américaines. En comparaison, Philippe Boulanger, s'appuyant sur des données recueillies une dizaine d'années plus tard, perçoit les plus grands centres de villes des médias se former en dehors du monde nord-atlantique⁹⁰.

Il n'est pas exagéré de dire que certaines des villes des médias au niveau mondial sont également des villes de la bande dessinée, dans le sens où elles présentent une forte concentration spatiale des institutions de l'industrie de la bande dessinée, d'une part, et où la diversité de la culture locale de la bande dessinée et son pouvoir de façonner l'identité locale sont également

⁸⁸ *Ibid.*, 70-71.

⁸⁹ Hepp 2006 : 165-177.

⁹⁰ Boulanger 2014.

observables, d'autre part. Dans le cadre de la bande dessinée francophone, Paris appartient sans doute à cette catégorie, mais Bruxelles et Genève, qui peuvent être considérées comme des villes de la bande dessinée, présentent également certaines des caractéristiques des villes médiatiques mondiales. Une encyclopédie de la bande dessinée de 2005 contenait les coordonnées de 136 grandes maisons d'édition francophones⁹¹. Parmi celles-ci, 47 sont basées à Paris (et un certain nombre en région parisienne), quatorze à Bruxelles et seulement quatre à Genève. Paris et Bruxelles ne sont pas seulement des centres de l'édition de la bande dessinée, mais aussi des centres de distribution avec de nombreuses librairies spécialisées en bande dessinée. Outre les maisons d'édition et les librairies, Bruxelles est également une ville de la bande dessinée en raison de son musée de la bande dessinée et de ses archives (Centre Belge de la Bande Dessinée)⁹², de ses peintures murales de la bande dessinée, du style graphique distinctif de l'École de Bruxelles et de la concentration de professionnels de la bande dessinée dans la ville⁹³. Genève peut être considérée comme une autre ville de la bande dessinée en raison de ses excellentes collections publiques, de la culture de la bande dessinée qui imprègne la vie quotidienne de ses citoyens (la tradition des affiches BD, les campagnes de communication axées sur la bande dessinée) et encore de la présence concentrée des professionnels de la bande dessinée et des dessinateurs⁹⁴.

Sur une carte imaginaire de la bande dessinée francophone, nous devrions également inclure d'autres villes plus petites, qui sont loin d'être des villes des médias mondiales, mais dont les caractéristiques correspondent davantage au sens étroit du terme « ville » ou « cité » des médias. Angoulême, une petite ville de l'ouest de la France avec 50 000 habitants est le siège du premier festival francophone de la bande dessinée et de la Cité internationale de la Bande Dessinée et de l'Image, ainsi que du Musée français de la Bande Dessinée. Grenoble, une ville de 160 000 habitants est le siège des éditions Glénat, la maison d'édition pionnière et la plus importante de l'édition française de mangas. Glénat est également éditeur de la série contemporaine la plus populaire de la bande dessinée francophone, Titeuf, dont le tirage atteint parfois un million et demi d'exemplaires. L'éditeur belge Dupuis est basé à Marcinelle, dans la banlieue

⁹¹ Moliterni et al. 2004 : 1761-1768.

⁹² Pour en savoir plus, voir par exemple : Dierick 2000.

⁹³ Maksa – Murányi 2023.

⁹⁴ Lukács – Maksa 2021.

de Charleroi. Dupuis – et donc Charleroi, ainsi que Marcinelle – sont associés à plusieurs séries de bandes dessinées qui se vendent à des centaines de milliers d'exemplaires et au journal de bande dessinée Spirou, publié sans interruption pendant la période la plus longue. Une autre petite ville de Wallonie, Louvain-la-Neuve, présente également des caractéristiques de la ville de la bande dessinée. En tant que ville universitaire, elle est non seulement un centre majeur de l'étude de la bande dessinée, mais elle compte parmi les scènes importantes de la bande dessinée européenne, avec divers événements liés à la bande dessinée et le Musée Hergé, consacré au créateur de *Tintin* et d'autres séries populaires comme *Quick et Flupke*.

L'encyclopédie de la bande dessinée de 2005 susmentionnée ne mentionne que trois festivals de bande dessinée africains francophones et une maison d'édition importante (le seul lieu d'édition sur la carte imaginaire des auteurs est Abidjan)⁹⁵, mais l'institutionnalisation de la bande dessinée ces dernières années a attiré l'attention sur d'autres villes africaines (par exemple Kinshasa, Yaoundé)⁹⁶.

Le « *soft power* »

Au cours des dernières décennies, le domaine des relations internationales a connu d'importants changements et, à une époque où la diplomatie totale touche non seulement les spécialistes mais aussi un public plus large, la diplomatie médiatique et la diplomatie publique⁹⁷ prennent de plus en plus d'importance. Les diplomates doivent transmettre leur message non seulement à leurs collègues mais aussi à un public plus général, soit par le biais de formes traditionnelles de médias de masse comme la télévision⁹⁸, soit par des canaux de communication médiatisés plus récents comme Twitter⁹⁹ ou TikTok. Cette tendance est certainement liée à la diffusion d'une approche de « *soft power* » dans le domaine de la politique internationale, qui met l'accent sur les dimensions médiatico-culturelles, artistiques et scientifiques en plus de l'importance de la puissance militaire et économique. L'expression « *soft power* » de Joseph Nye est traduisible en français par « puissance douce », « pouvoir doux » ou « manière douce ». Dans ses écrits, Nye, un expert de la politique étrangère nord-américaine,

⁹⁵ Moliterni et al. 2004.

⁹⁶ Cassiau-Haurie 2013.

⁹⁷ Boulanger 2014 : 196-200.

⁹⁸ Feltham 1998 : 151-160.

⁹⁹ Sandre 2013.

et ses disciples font une distinction entre le pouvoir de commandement fondé sur la force économique et militaire (*hard power* ou « puissance dure ») et le *soft power* qui vise à influencer culturellement et/ou idéologiquement¹⁰⁰. Le terme a commencé à se répandre avec l'arrivée de théories proposant des explications culturelles (ou « civilisationnelles ») des relations et des conflits internationaux¹⁰¹, ainsi qu'avec les approches soulignant le rôle des cultures médiatiques populaires dans le domaine des relations internationales, qui ont commencé à proliférer¹⁰². Au cours de ce qui suit, nous nous référerons principalement à ces dernières lorsque nous aborderons les questions de *soft power* et d'utilisation médiatisée de la bande dessinée, tout en esquisant un possible cadre d'interprétation géopolitique des médias pour la diffusion de phénomènes culturels médiatiques spécifiques, en nous concentrant sur la transmission européenne de la culture populaire japonaise, le manga.

Les trois grands centres de production de la bande dessinée mondiale et, dans ce contexte, les trois grandes variétés culturelles du média de bande dessinée - la bande dessinée nord-américaine, la bande dessinée franco-belge et le manga japonais - ont produit des œuvres qui ont été placées dans une dynamique de communication politique et sont devenues capables de façonner le *soft power* de certains pays. Surtout sur la scène européenne, il est frappant de constater que récemment la diplomatie culturelle a fait un usage fréquent des expositions de bande dessinée. Ce phénomène doit se fonder sur l'hypothèse généralement admise selon laquelle les bandes dessinées constituent une partie facilement accessible et attrayante de la culture populaire du pays d'origine, et que les vernissages d'exposition offrent une occasion d'échanges personnels avec les citoyens du pays destinataire qui ne sont pas des diplomates mais sont vraisemblablement ouverts à la culture du pays d'origine. Les ambassades et les instituts culturels européens ont organisé un certain nombre d'expositions au cours des dernières années, dont la plupart étaient des expositions itinérantes.

Entre autres, l'Instituto Cervantes espagnol (par exemple, « La bande dessinée de la démocratie espagnole 1975-2005 », 2007), le Goethe-Institut allemand (par exemple, « Comics aus Deutschland », 2007), les ambassades de Belgique, de France et de Suisse (« La BD suisse. Un sommet d'images », 2013), l'Institut Balassi hongrois (« Hungarocomix », 2013), Czech Centre

¹⁰⁰ Par exemple Nye 2013.

¹⁰¹ Par exemple Huntington 1996.

¹⁰² Par exemple Tardif – Farchy 2011 ; Chua 2012 ; Otmazgin – Ben-Henri 2012.

(« 100 Years of Czech Comics », 2018) ont organisé des expositions de bandes dessinées. L'approche du *soft power* favorise de même ce type d'événements. Deux des principaux pays de la production de bande dessinée au monde, la France et le Japon, ont également célébré le 150^e anniversaire de leurs relations diplomatiques officielles bilatérales en 2008 par une exposition de bandes dessinées : la collection abordait la représentation du Japon par la bande dessinée et la vision de l'Europe par le manga, allant des premières bandes dessinées aux œuvres contemporaines. Le matériel présenté dans l'exposition est publié dans une anthologie de la bande dessinée bilingue avec des préfaces d'ambassadeurs¹⁰³.

Outre la diplomatie culturelle gouvernementale, il existe d'autres exemples de l'interaction du *soft power* et de la médiatisation culturelle par la bande dessinée, même en Europe. C'est particulièrement vrai pour la bande dessinée franco-belge, une industrie culturelle majeure avec plus de 4 000 nouvelles parutions par an¹⁰⁴, plus d'une demi-centaine de festivals réguliers¹⁰⁵ et des meilleures ventes en bande dessinée atteignant des tirages d'un million et demi à deux millions d'exemplaires. De façon remarquable, les séries francophones les plus populaires, le français Astérix, connu pour ses parodies identitaires¹⁰⁶, la bande dessinée pour enfants suisse Titeuf, ou la bande dessinée d'aventures belge Tintin, héros paneuropéen¹⁰⁷ issu de la culture scout de Bruxelles, sont également devenues éligibles au développement d'un potentiel *soft power* européen.

En ce qui concerne les médias populaires et les bandes dessinées, le *soft power* en Amérique du Nord a été largement façonné par les actions des institutions non gouvernementales au cours du siècle dernier. Deux genres méritent une mention spéciale ici. Tout d'abord, on trouve les connotations idéologiques des bandes dessinées Disney - l'un des ouvrages sur ce sujet le plus fréquemment cité dans le domaine des sciences sociales et de l'étude de la bande dessinée a été écrit dans les années 1970 en Amérique latine par Ariel Dorfman, et l'expert en géopolitique des médias susmentionné, Armand Mattelart¹⁰⁸. Ensuite, l'utilisation politique du genre super-héros a été imbriqué dans l'industrie cinématographique et télévisuelle

¹⁰³ Herman 2009.

¹⁰⁴ Gabilliet 2009; Guilbert 2012.

¹⁰⁵ Moliterni et al. 2004 : 1755-1760.

¹⁰⁶ Rouvière 2008.

¹⁰⁷ Grossman 2011.

¹⁰⁸ Dorfman – Mattelart 1976.

américaine¹⁰⁹, même comme complément et justification du *hard power* dans diverses situations de guerre (propagande). Dans l'histoire de la bande dessinée nord-américaine au XXe siècle, plusieurs exemples de récits en bande dessinée ont été conçus pour légitimer le *hard power*, comme le célèbre Grenada, créé à propos de l'action militaire de 1983 à Grenade.¹¹⁰ Au cours du XXe siècle, des bandes dessinées de propagande ont également été créées en dehors des États-Unis ; certaines sont apparues en relation avec la guerre froide, ou avec les conflits politiques au Moyen-Orient, mais aussi avec la Seconde Guerre mondiale¹¹¹. Les bandes dessinées de propagande ont été utilisées dans de nombreux endroits, des démocraties occidentales au régime communiste nord-coréen¹¹². Outre les œuvres ayant un agenda ouvertement politique, comme celles créées explicitement pour la mobilisation, toute bande dessinée – comme tout autre type de texte médiatique – peut être interprétée au regard de relations de *soft power*, puisque les modèles, les valeurs de référence et les différents styles de vie qu'elle représente peuvent également influencer les attitudes de son public.

S'agissant de *soft power*, l'essor des bandes dessinées orientales dans le monde au cours de la dernière décennie est également une tendance remarquable. Après la fin de la Seconde Guerre mondiale, le pacifisme constitutionnel du Japon a imposé un contrôle strict sur les possibilités d'exercice du *hard power*. Ainsi, l'utilisation de la bande dessinée ou d'autres instruments de *soft power* pour légitimer une action militaire était hors de question, mais les contraintes sur le *hard power* n'ont fait que renforcer l'importance des moyens de *soft power* dans la politique étrangère japonaise. Reconnaisant le potentiel de *soft power* dans la culture médiatique populaire japonaise, dans la seconde moitié des années 2000, le ministère des Affaires étrangères du Japon a coopéré avec le secteur privé dans le but de promouvoir l'image d'un « *Cool Japan* » qui positionne le Japon comme une superpuissance culturelle attrayante¹¹³, par exemple par le biais des bureaux de la Fondation du Japon, dont l'objectif est la distribution internationale de la culture, ou en nommant des « ambassadeurs de l'anime ». Dans certains cas, les autorités japonaises – certes au nom de la diplomatie publique –

¹⁰⁹ Dont les aspects de *soft power* sont discutés en détail, par exemple dans une perspective de critique des médias : Ramonet 2003 ; et dans le contexte des processus de mondialisation économique, politique et culturelle : Tardif – Farchy 2011.

¹¹⁰ Langdon 1983 ; Strömberg 2011 : 77-78.

¹¹¹ L'ouvrage comportant le plus d'exemples : Strömberg 2011.

¹¹² Sur les exemples nord-coréens : Fenkl 2011.

¹¹³ Lam 2007.

fournissent un cadre organisationnel pour les « pratiques participatives de la médiation culturelle » liées aux bandes dessinées orientales : le ministère des Affaires étrangères du Japon organise depuis 2007 un concours international annuel de dessin de manga, dont le ministre des affaires étrangères est le président du comité d'organisation. En 2013, ils ont reçu des candidatures issues de 53 pays déjà.

Cependant, le « *Cool Japan* » ne prend pas seulement forme à travers des efforts planifiés de la diplomatie publique. Dans de nombreux pays, les mangas et les animes, c'est-à-dire les bandes dessinées et les dessins animés japonais, semblent faire partie d'une proposition de style de vie qui façonne, entre autres, les habitudes alimentaires et vestimentaires, les objets qui nous entourent, les loisirs, etc. En Hongrie, le magazine *Mondo*, lancé en 2007 avec le slogan « *Japan is here* », peut être considéré comme une documentation de ce style de vie. Ce magazine existe encore en 2025 dans sa forme imprimée, ce qui signifie que cette entreprise s'est avérée particulièrement viable à travers le temps. Les sujets divers abordés dans *Mondo* indiquent également que le manga fait partie d'un univers médiatique plus large. Le style de vie proposé et cet univers médiatique se reflètent clairement dans les rassemblements spécialisés tels que les conventions d'animes et de mangas, qui ont lieu régulièrement dans de nombreux pays du monde, dont la Hongrie. Il ne s'agit pas des événements organisés par des institutions officielles japonaises, au lieu de cela, les conventions impliquent la participation active des fans, afin de créer une image positive du Japon.

La bande dessinée, un média de la géopolitique populaire

Les aspects géopolitiques de la bande dessinée les plus discutés jusqu'à présent ont peut-être été les géopolitiques populaires construites à travers les récits des médias populaires, c'est-à-dire un ensemble des connaissances géopolitiques qui est construit dans les représentations médiatiques et façonné par les pratiques quotidiennes des publics et des usages des médias.¹¹⁴ Ces dernières années, des revues et d'autres travaux consacrés à la géographie critique et à la géopolitique ont examiné divers aspects de la bande dessinée, de l'esthétique des bandes dessinées de guerre¹¹⁵ aux BD-reportages de Joe Sacco¹¹⁶, et de la relation entre la géographie et les

¹¹⁴ Saunders 2017 ; Saunders – Strukov 2018 ; Dittmer – Bos 2019.

¹¹⁵ Rech 2014.

¹¹⁶ Holland 2012.

représentations des villes en bande dessinée¹¹⁷ à la série européenne de Tintin¹¹⁸. Il se pourrait bien que le corpus le plus riche de littérature critique entoure la série Tintin du dessinateur belge Hergé. Sa reconnaissance mondiale, sa popularité dans les territoires anglophones et francophones, son œuvre bien définie de 24 albums publiés entre 1929 et 1986, conclue définitivement par sa mort, et sa large diffusion en citations, allusions, pastiches et parodies ont pu stimuler la recherche académique sur ce sujet. Au cours de ses aventures, Tintin traverse des lieux réels (comme Bruxelles) et des pays inventés (comme la Syldavie), créés uniquement pour cet univers fictif, mais que l'on peut placer approximativement sur notre carte du monde, et qui montrent des similitudes avec les pays présentés dans les actualités de la politique internationale¹¹⁹. Du point de vue de cette géographie floue et du contenu idéologique, le cas de l'album *Tintin au Congo* peut être particulièrement symptomatique. C'est l'une des premières aventures, alors, lors de ses rééditions, on peut observer comment les points de références géographiques réels deviennent flous en se transformant en lieux fictifs dans l'univers de Tintin. Dans sa première édition en 1931, il est clair que l'action se déroule au Congo belge. Tintin part de la Belgique du port d'Anvers et passe par Boma et Matadi, deux villes congolaises. En revanche, dans l'édition de 1942, le dessinateur efface les références belges et congolaises, pour créer un cadre plus large des relations coloniales européennes et africaines. Tintin n'est plus reporter au journal de jeunesse bruxellois *Le Petit Vingtième* et les villes qu'il traverse ne sont plus nommées. Bien que le titre *Tintin au Congo* fasse référence au pays, il n'est pas clair s'il s'agit de la colonie belge ou de la colonie française. La représentation spatiale des territoires géographiques n'est plus précise. Tout se passe dans un lieu fictif qui manifeste les caractéristiques de l'imaginaire colonial de l'Afrique. Cet espace africain indéfini est le décor exotique de l'aventure, une nature sauvage, indomptable et impénétrable où se produisent des événements inattendus et dangereux dans lesquels Tintin est impliqué. Pas de véritables maisons et villes mais des cottages, pas d'organisations sociales ou d'institutions mais des tribus représentées comme des rassemblements primitifs, pas de véritables personnages noirs. Les Congolais apparaissent principalement en groupes et jouent un rôle passif dans l'histoire : l'agent est Tintin, et ils l'accueillent avec hostilité, ou bienveillance selon les cas. La

¹¹⁷ Landot et al. 2014.

¹¹⁸ Dunnett 2009.

¹¹⁹ Gautheret 2009.

représentation visuelle des hommes noirs est fort déshumanisante, comme elle ressemble beaucoup à celle des chimpanzés : des figures toutes noires avec peu de vêtements et avec une grande bouche de couleur claire. Ce n'est pas un hasard, si cette bande dessinée emprunte à la critique postcoloniale : elle a en effet été créée exprès pour la propagation des idées soutenant la colonisation belge de Congo. C'est l'Abbé Wallez, rédacteur du *Petit Vingtième* et mécène de Hergé qui lui a commandé cette aventure pour renforcer l'idée de la mission civilisatrice et de la supériorité européenne parmi les jeunes lecteurs.¹²⁰

Colonisation, guerre froide, changements et prises de pouvoir, tentatives de conquête, espionnage, contrebande, criminalité internationale, politique pétrolière – depuis la toute première aventure parue en 1929 située en Union soviétique, les albums de Tintin ont toujours reflété les questions géopolitiques actuelles¹²¹. Selon le sujet, ces récits véhiculent des idéologies coloniales, anticomunistes ou antiaméricaines. Cela fait de l'œuvre d'Hergé un bon exemple pour montrer comment la bande dessinée peut propager des idéologies – soit pour soutenir le pouvoir politique, comme l'a fait Hergé, soit pour le subvertir, comme l'a fait Anton Kannemeyer, ancien activiste anti-apartheid et dessinateur du journal sud-africain *Bittercomix*¹²². Ce qui est étonnant, c'est que ce dernier utilise les mêmes moyens (la ligne claire d'Hergé) à des fins exactement opposées.

La géopolitique populaire ne doit pas seulement être recherchée dans les classiques de la bande dessinée et les médias imprimés traditionnels. Par exemple, en ce qui concerne la question de la migration, il existe une bande dessinée sur l'immigration illégale de l'Afrique vers l'Europe, qui fait partie de la stratégie d'information de l'Agence des Nations Unies pour les réfugiés. L'album ne rompt pas avec le genre de la bande dessinée classique de crime et d'aventure, et en même temps, il informe le lecteur sur les causes, les dangers et les conséquences de l'immigration illégale.¹²³ Une exposition a également été créée pour populariser et canoniser les bandes dessinées sur l'histoire des migrations¹²⁴. Ceci montre que la bande dessinée est souvent utilisée dans les campagnes des grandes institutions mondiales pour la protection et la promotion des droits de l'homme. Ici, il s'agit d'un

¹²⁰ Delisle 2008.

¹²¹ Landot 2018.

¹²² Barnard 2004.

¹²³ Sunjic 2010.

¹²⁴ Vincent – Ollivier 2013.

cadre officiel, dans lequel la bande dessinée, étant un dispositif plutôt facile à lire et à comprendre, devient un moyen de propager des idéologies et des informations pratiques parmi les réfugiés.

Sa thématique est identique, mais son public cible est bien différent : il peut être intéressant de considérer un billet du blog graphique de Zep (Philippe Chapuis) sur la migration forcée. Cette bande dessinée a été publiée à l'origine dans la version en ligne du journal français *Le Monde*, dans laquelle Zep, un dessinateur suisse, tient son blog depuis quelques années. Rencontrant un succès considérable, elle a été reprise par le site d'information en ligne du gouvernement français avec une courte introduction, dans sa rubrique « Infographie »¹²⁵. La bande dessinée se déroule dans l'univers de Titeuf, le héros de la bande dessinée célèbre de Zep, où cette fois, il y a une guerre. Un matin de semaine très chargée, Titeuf, un garçon de dix ans, originaire d'Europe occidentale, doit fuir après avoir perdu son père, la plupart de ses amis et sa maîtresse d'école dans un attentat à la bombe inattendu. Avec son seul ami survivant, ils s'enfuient dans une forêt et se dirigent ensuite vers la frontière, qu'ils ne peuvent plus traverser. Titeuf s'emmêle dans la clôture de barbelés, crie en essayant d'appeler à l'aide à travers trois cases, puis tout devient noir dans la dernière. Ainsi, au bas de la planche, il y a une case entièrement noire à la place de la *punchline* habituelle des gags de Titeuf. L'évocation des personnages et des lieux de la célèbre bande dessinée, et la transformation de la mise en page, la disposition de la bande dessinée numérique défilant vers le bas au lieu de ce qui est généralement caractéristique du genre, ont un effet sur le lecteur, le touchent, voire le bouleversent. Les histoires de Titeuf représentent les tentatives du personnage de donner un sens aux différents événements de la vie quotidienne, qui renvoient souvent à la manifestation des problèmes sociaux dans son propre univers d'enfant. Cette fois, l'obscurité totale de la dernière case indique également l'échec des tentatives de compréhension. La figure de l'enfant réfugié est également présente dans les épisodes précédents : Titeuf a de nouveaux camarades de classe qui arrivent dans le pays de l'étranger. Par exemple, le premier album met en scène Milos, un personnage croate qui fuit la guerre civile serbo-croate, et le treizième Ramatou, une jeune fille africaine réfugiée d'un génocide qui devient un personnage récurrent par la suite. Dans le billet de blog de Zep datant de 2015, Titeuf fait directement l'expérience de fuir la guerre, ce qui permet au

¹²⁵ Voir : zepworld.blog.lemonde.fr/2015/09/08/mi-petit-mi-grand.

dessinateur-narrateur de rapprocher encore plus le sujet de son public d'Europe occidentale, en relocalisant la guerre dans leur région et en le rendant plus personnel en mettant la vie de Titeuf en danger.

Conclusion

Même si certaines des conclusions générales de la géopolitique des médias ne peuvent être que partiellement appliquées à la BD, comme le déplacement des centres de gravité dans l'histoire des médias, l'approche géopolitique des médias semble également pertinente dans le cas de la bande dessinée en tant que média. À travers quelques exemples, nous avons essayé de démontrer comment les enjeux géopolitiques apparaissent dans les bandes dessinées, et comment la bande dessinée apparaît comme dispositif et transmetteur des idées et des informations diffusées par des institutions, par le pouvoir ou par des dessinateurs engagés pour leurs causes.

Bibliographie

- BARNARD, Rita (2004), « Bitterkomix: Notes from the Post-Apartheid underground », *South Atlantic Quarterly*, vol. 103, n° 4, pp. 719-754.
- BOULANGER, Philippe (2014), *Géopolitique des médias. Acteurs, rivalités et conflits*, Paris, Armand Colin.
- BOULANGER, Philippe (2021), *Planète médias. Géopolitique des réseaux et de l'influence*, Paris, Armand Colin.
- CASSIAU-HAURIE, Christophe (2010), « La bande dessinée en Afrique francophone. Un média sous influence », *Bibliothèque(s)*, n° 51, pp. 42-45.
- CASSIAU-HAURIE, Christophe (2013), *Dictionnaire de la bande dessinée d'Afrique francophone*, Paris, L'Harmattan.
- CHUA, Beng Huat (2012), *Structure, Audience and Soft Power in East Asian Pop Culture*, Aberdeen (Hong Kong), Hong Kong University Press.
- CSÁSZÁR, Irma Tímea (2022), « A folyóirat mint médium szerepe a magyar és a román képregények alakulástörténetében », *Szépirodalmi Figyelő*, vol. 21, n° 4, pp. 99-107.
- Császár Irma Tímea (2023a), « Permanens kettősség egy kulturális metszéspontként értett képregénysorozatban », *Temperölgy*, vol. 15, n° 1, pp. 48-59.
- CSÁSZÁR, Irma Tímea (2023b), « Transzkulturális jelenségek a magyar és a román képregények alakulástörténetében », *Filológiai Közlemény*, vol. 69, n° 3, pp. 72-88.
- Delisle, Philippe (2008), *Bande dessinée franco-belge et imaginaire coloniale : Des années 1930 aux années 1980*, Paris, Karthala.
- DITTMER, Jason – BOS Daniel (2019), *Popular Culture, Geopolitics, and Identity*, 2. edition, Lanham, Rowman & Littlefield.
- DORFMAN, Ariel – MATTELART (1976), Armand, *Donald l'imposteur ou l'impérialisme raconté aux enfants*, Paris, Alain Moreau.
- DUNNETT, Oliver (2009), « Identity and geopolitics in Hergé's Adventures of Tinin », *Social & Cultural Geography*, vol. 10, n° 5, pp. 583-598.
- FELTHAM, Ralph George (1998), *Diplomatic Handbook*, Pearson, Harlow.
- FENKL, Heinz Insu (2011), « Kim Jong-il sait faire des bulles », *Alternatives Internationales*, n° 51, pp. 72-75.
- GABILLIET, Jean-Paul (2009), « BD, mangas et comics : différences et influences », *Hermès*, n° 54, pp. 35-40.
- GAUDREAU, André – MARION, Philippe (2000), « Un média naît toujours deux fois », *S&R*, n° 9, pp. 21-36.
- GAUTHERET, Jérôme (2010), « Des pays imaginaires assez réalistes », *Le Monde*, hors série 2009/décembre–2010/janvier, pp. 26-29.

- GROSSMAN, Lev (2011), «European Son. Steven Spielberg and Peter Jackson bring Tintin to the big screen », *Time*, publié le 31 octobre, pp. 32-38.
- GUILBERT, Xavier (2012), « Tour de marché. France, Japon, États-Unis », in Éric MAIGRET – Matteo STEFANELLI (dir.), *La bande dessinée : une médiaculture*, Armand Colin – INA, Paris, pp. 93-116.
- HEPP, Andreas (2006), *Transkulturelle Kommunikation*, Konstanz, UVK.
- HERMAN, Paul (2009), *Europe – Japon. Regards croisés en bandes dessinées*, Grenoble, Glénat.
- HOLLAND, Edward C. (2012), « “To Think and Imagine and See Differently”: Popular Geopolitics, Graphic Narrative, and Joe Sacco’s “Chechen War, Chechen Women” », *Geopolitics*, vol. 17, n° 1, pp. 105-129.
- HUNTINGTON, Samuel P. (1996), *The Clash of Civilizations and the Remaking of World Order*, New York, Simon & Schuster.
- JANLONCZAY, Tímea (2015), « Transznacionalizmus a gyakorlatban: migrációs praxisok a könyvek, az írásmódok, a műfajok és a fordítási stratégiák geográfiájában », *Helikon*, vol. 61, n° 2, 2015/2., pp. 137-141.
- KERTÉSZ, Sándor (2007), *Comics szocialista álruhában*, Nyíregyháza, Kertész Nyomda és Kiadó.
- LAM, Peng Er (2007), « Le Japon en quête de »soft power« : attraction et limitation », *East Asia*, vol. 24, pp. 349-363.
- LANDOT, Aymeric – MILHAUD, Olivier – TRATNJEK, Bénédicte (2014), « Représenter l’espace urbain dans la bande dessinée », *Cafés Géographiques de Paris*, publié le 28 janvier, pp. 1-69.
- LANDOT, Aymeric (2018), « Du reportage au Conte, stéréotypes colonialistes et archétypes littéraires », in ARNOULD, Paul : *Les géographies de Tintin*, CNRS, Paris, pp. 81-91.
- LANGDON, Antonio (1983), *Grenada. Rescued from Rape and Slavery*, New York, Victims of International Communist Emissaries Press.
- LEFÈVRE, Pascal (2000), « La bande dessinée belge au XXe siècle », in Charles DIERICK, *Le Centre de la Bande Dessinée*, Bruxelles – Tournai, Dexia Banque – La Renaissance du Livre, pp. 142-195.
- LUKÁCS, Laura Klára – MAKSA, Gyula (2021), « L’affiche rencontre la bande dessinée. Les œuvres d’Exem », *Synergies Espagne*, n° 14, pp. 77-90.
- MAKSA, Gyula – MURÁNYI, Kata (2023), « Comics meets street art in the media cities of the bande dessinée. Examples from Brussels and Geneva », *Street Art And Urban Creativity*, n° 9, pp. 16-29.
- MATTELART, Armand (2010), *Pour un regard-monde. Entretiens avec Michel Sénécal*, Paris, La Découverte.

- MOLITERNI, Claude et al. (2004), *BD Guide 2005. Encyclopédie de la bande dessinée internationale*, Paris, Omnibus.
- MOLITERNI, Claude (2005), *30 héros de toujours. Chefs d'oeuvre de la BD 1830-1930*, Paris, Omnibus.
- NIȚA, Dodo – CIUBOTARIU, Alexandru (2010), *Istoria benzii desenate românești (1891–2010)*, București, Vellant.
- NYE, Joseph S. Jr. (2013), « Hard, Soft, and Smart Power », in Andrew F. COOPER – Jorge HEINE – Ramesh THAKUR (dir.), *The Oxford Handbook of Modern Diplomacy*, Oxford, Oxford University Press, pp. 559–576.
- ODAERT, Olivier – TILLEUIL, Jean-Louis (2011), « Les origines européennes de la bande dessinée. Éclatement et cohérence de l'émergence de la bande dessinée européenne », in Olivier ODAERT – Jean-Louis TILLEUIL (dir.), *Des fictions qui construisent le monde*, GRIT, Louvain-la-Neuve, pp. 130–142.
- OTMAZGIN, Nissim – BEN-ANRI, Eval (2012), *Popular Culture and the State in East and Southeast Asia*, New York, Routledge.
- RAMONET, Ignacio (2003), *Propagandes silencieuses. Masses, télévision, cinéma*, Paris, Gallimard.
- RECH, Matthew F. (2014), « Be Part of the Story: A popular geopolitics of war comics aesthetics and Royal Air Force recruitment », *Political Geography*, vol. 39, pp. 36-47.
- ROUVIÈRE, Nicolas (2008), *Astérix ou la parodie des identités*, Paris, Flammarion.
- SANDRE, Andreas (2013), *Twitter for Diplomats*, Genève–Roma, DiploFoundation – Istituto Diplomatico.
- SAUNDERS, Robert A. (2017), *Popular Geopolitics and Nation Branding in the Post-Soviet Realm*, London–New York, Routledge.
- SAUNDERS, Robert A. – STRUKOV, Vlad (dir.) (2018), *Popular Geopolitics. Plotting an Evolving Interdiscipline*, Abingdon–New York, Routledge.
- STRÖMBERG, Fredrik (2010), *La propagande dans la BD. Un siècle de manipulation en images*, Paris, Eyrolles.
- SUNJIC, Melita H. (2010), « Une BD francophone inédite pour informer sur la migration clandestine et l'asile », *The UN Refugee Agency (International, FR)*, publié le 30 juillet 2010.
<https://www.unhcr.org/fr/news/stories/2010/7/4c52cc7a6/bd-francophone-inedite-informer-migration-clandestine-lasile.html>, consulté le 29 octobre 2025.
- TARDIF, Jean – FARCHY, Joëlle (2011), *Les enjeux de la mondialisation culturelle*, Lormont, Le bord de l'eau.
- VINCENT, Marie – OLLIVIER, Gilles (dir.) (2013), *Albums. Des histoires dessinées entre ici et ailleurs. Bande dessinée et immigration 1913-2013*, Paris, Musée de l'immigration – Futuropolis.

Auteurs

BENE Adrián, Université de Pécs, Faculté des Lettres et Sciences Humaines, Département d'Études Culturelles ; Département des Sciences de la Communication et des Médias, Centre de Recherche pour l'Étude de la Bande Dessinée.

BENE Krisztián, Université de Pécs, Faculté des Lettres et Sciences Humaines, Département d'Études Françaises et Francophones.

HENLICOVÁ Marcela, Université d'Économie de Prague, Département des Études Internationales et de la Diplomatie.

KISS Ádám László, Université de Debrecen, École Doctorale en Études Littéraires et Culturelles, Institut des Langues et Cultures Méditerranéennes, Département de Français.

LUKÁCS Laura Klára, Université de Pécs, École Doctorale en Études Littéraires et Culturelles ; Département des Sciences de la Communication et des Médias, Centre de Recherche pour l'Étude de la Bande Dessinée.

MAKSA Gyula, Université de Pécs, Faculté des Lettres et Sciences Humaines, Département des Sciences de la Communication et des Médias, Centre de Recherche pour l'Étude de la Bande Dessinée.

MURÁNYI Kata, Université de Pécs, Faculté des Lettres et Sciences Humaines, Département de Science Politique et Relations Internationales ; Département des Sciences de la Communication et des Médias, Centre de Recherche pour l'Étude de la Bande Dessinée.

PAPP Beáta, Université de Pécs, École Doctorale de la Science de l'Éducation et de la Formation.

VINCZE Ferenc, Université Eötvös Loránd de Budapest, Faculté des Lettres ; Université de Pécs, Faculté des Lettres et Sciences Humaines, Département des Sciences de la Communication et des Médias, Centre de Recherche pour l'Étude de la Bande Dessinée.