HAL
open science

Le manga, image d'une culture mondialisée

Anne Lehmans

To cite this version:

Anne Lehmans. Le manga, image d'une culture mondialisée. La culture manga à l'honneur, 2008. hal-01925964

HAL Id: hal-01925964

https://hal.science/hal-01925964v1

Submitted on 18 Nov 2018

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

La culture Manga à l'honneur

Le manga, image d'une culture mondialisée

par Anne LEHMANS - IUFM d'Aquitaine - Mars 2008

SOMMAIRE

Introduction

Le manga comme produit culturel hybride

- Un produit né de l'adaptation d'une influence américaine sur une tradition de texte illustré
- Le reflet de la société et de ses évolutions
- La recherche de l'identité culturelle japonaise
- Un marché des produits culturels segmenté, adapté à la diversité des publics et individualisable

Le manga comme produit culturel syncrétique exportable

- L'éclosion du Cool Japan des mangas
- La rencontre des cultures populaires: syncrétisme de la culture de masse
- Globalisation de la culture populaire japonaise

Conclusion

INTRODUCTION

« Toute image se donne comme un lieu à habiter qui nous accueille toujours plus au fur et à mesure que nous y pénétrons. Toute image se donne comme le point de départ d'un nombre infini de transformations possibles. » (Serge TISSERON [1])

Le temps de la lecture du manga est à peu celui du trajet moyen d'un Japonais entre deux gares sur le chemin de l'école ou du travail. Arrivé en France, porté au départ par les dessins animés japonais que les chaînes de télévision avaient diffusés dans les années 80-90, il a renversé les schémas traditionnels de la perception culturelle du Japon. Pendant longtemps, le Japon a représenté l'altérité absolue, danger (le péril jaune de la fin du dix-neuvième siècle) ou modèle (modèle organisationnel et économique des années 1980) par la production de stéréotypes, depuis la vogue du japonisme en art et littérature très peu de temps après l'ouverture du Japon (Pierre Loti, Lafcadio Hearn). La connaissance du Japon est longtemps restée réservée à une élite (la branche japonaise des

orientalistes), puis à des producteurs de discours plus variés, journalistes et écrivains, qui s'emparent de l'idée d'un modèle japonais exportable, mais un modèle purement économique. Roland Barthes, parlant de « l'empire des signes », inaugure une tradition de fascination pour le Japon comme société du signe sans lien avec le sens. Les stéréotypes varient du positif au négatif dans une même grille de lecture : puissance, ordre, mystère, raffinement, rigueur, pragmatisme, passé, modernité. La diffusion massive des mangas est la dernière étape de la réception de la culture japonaise. Comme le souligne Jean-Marie Bouissou, il y a un certain paradoxe dans le succès du manga, produit populaire de masse, alors que la culture japonaise exportée relevait autrefois de la « haute culture » liée au raffinement et à la spiritualité. Les fans de mangas, attirés par des images qui leur parlent très immédiatement, en viennent à développer une connaissance approfondie du Japon, grossissant les rangs des étudiants en japonais dans les universités.

Sans entrer de plain-pied dans l'univers des mangas, on propose une réflexion sur l'image du Japon véhiculée par les mangas, produit aujourd'hui incontournable pour comprendre la culture japonaise, mais à la fois produit mondialisé incarnant l'image d'une culture partagée. Cette question n'est pas spécialement originale, puisqu'elle anime les observateurs du Japon et des relations franco-japonaises. Le CERI par exemple accueille une équipe de recherche sur les mangas visible sur le site Manga network, outre les innombrables sites de fans de mangas, les débats passionnés sur la liste biblio.fr. Pour poser quelques pierres sur l'édifice de cette interrogation, quelques caractéristiques du manga au Japon seront mises en perspective, pour mieux comprendre leur réception dans un contexte de globalisation culturelle.

Le manga comme produit culturel hybride

Un produit né de l'adaptation d'une influence américaine sur une tradition de texte illustré

Le manga, « image dérisoire », est le produit historique de la rencontre entre les comics américains, au début du vingtième siècle et surtout pendant l'ère Shôwa (1926-1989), et d'une très longue tradition de narration mêlant texte et image. Cette origine mixte est cependant contestée par les historiens. Le fait d'aller chercher les origines du manga dans les traditions artistiques japonaises correspond à une stratégie de défense des amateurs de manga, mais celui-ci est typiquement un produit de la modernité japonaise dans ses références comme dans son mode de production. Le mot manga est apparu vers 1770 et s'est répandu avec Hokusai au dix-neuvième siècle. Les caractéristiques de l'écriture japonaise, faite de *kanji* (idéogramme) venus de Chine et de *kana* (syllabaires), posent un rapport entre texte et représentation du réel très différent de l'écriture alphabétique, puisque chaque kanji est une combinaison de signes qui renvoient à une idée ou un objet, tandis que les kana ont une valeur purement phonétique. D'autre part, dès l'introduction de l'écriture venue de Chine au Japon, la calligraphie a eu une valeur esthétique et s'est accompagnée de représentations graphiques. Le support de l'écriture, le rouleau, a permis le développement du récit illustré sur le rouleau peint, *emaki mono*. Le "Genji Monogatari" de Murasaki Shikibu, grande fresque poétique écrite par une femme de la cour impériale au onzième siècle est ainsi constitué de dix rouleaux où alternent texte et image, avec certaines caractéristiques esthétiques : composition de l'espace en diagonale, scènes intimistes, visages à peine suggérés par des traits. Les rouleaux satiriques (*Chôji-giga*) du douzième siècle, sont inspirés de la vie monastique et dressent le portrait, sous l'apparence d'animaux, de moines et de puissants souvent ridicules. Beaucoup plus tard, les

manga, plutôt contestataire de l'ordre, est récupéré par l'idéologie conservatrice à travers un mouvement de censure et un processus d'assimilation culturelle. En 1986, le Nihon Keizai Shinbun publie « Japan Inc. », dans lequel la culture d'entreprise est décrite sous un jour sympathique et positif. C'est le début des mangas d'information conformistes. Dans les années 1990, les mangas abordent tous les aspects de la société : musique, littérature, mode, publicité, économie, finances. Mais ils sont récupérés par les institutions éducatives et culturelles, font l'objet d'une censure sur leurs aspects les plus choquants (sur la construction de l'identité sexuelle par exemple). On voit également se développer les mangas révisionnistes de l'histoire, qui cherchent à créer une nouvelle image d'un Japon fier et patriotique. Cette récupération par le monde des affaires et le monde politique aboutit à la définition officielle, conformiste et politiquement correcte du bon manga et à l'élimination des mangas qui ne correspondent pas à la culture nationale (depuis "Gen d'Hiroshima" de Keiji Nakazawa commencé en 1973, à "Taiwanron", le dernier volume du "Manifeste pour un nouvel orgueillisme" de Yoshinori Kobayashi). Non seulement le manga suit les préoccupations de la société, mais il est également une incarnation de l'image que la société japonaise véhicule d'elle-même, une autoreprésentation très claire.

La recherche de l'identité culturelle japonaise

Au Japon, la production d'une identité s'est faite par opposition à la Chine dans un premier temps, avec la construction d'une cosmogonie spécifique liée au mythe impérial (dans le Kojiki et le nihonshoki, rédigés au huitième siècle pour relier les traditions chamaniques au système impérial et au territoire et pour opposer un mythe fondateur à la domination chinoise), puis à l'Europe dans un deuxième temps, après l'ouverture du Japon à l'Occident à partir de l'ère Meiji (1868). Cette construction impose la modernisation de l'extérieur, après une longue période de fermeture comme condition de survie de l'Etat-nation. Contre le risque de destruction par la modernité, les intellectuels et les hommes politiques réinventent le nativisme, retour aux sources du Japon par la recherche de la pureté nationale incarnée par l'empereur qui fait le lien entre passé et présent. La réflexion sur l'essence de la culture japonaise se développe dans les années 30 et a tendance à opposer culture occidentale individualiste, intellectualiste, séparant sujet et objet, à la culture japonaise valorisant l'unité de la communauté, la dispersion de la subjectivité dans l'environnement, l'union des contradictions. Avant la guerre, l'empereur incarne cette essence de la culture japonaise, l'unité du peuple autour de la figure du père et de la famille. La construction de l'identité nationale au Japon est donc très éloignée de celle de la France par exemple, qui repose sur l'universalisme de la raison. La culture politique japonaise est, selon Samuel Eisenstadt [4], mythocentrique et non logocentrique, elle repose sur une identité narrative, une réappropriation du temps par les mythes et l'imaginaire pour ré enchanter la communauté. Les *Nihonjinron*, théories sur les Japonais, très populaires, sont une expression du « nationalisme passif » et diffus. Ils ont pour objectif de définir les caractéristiques de la culture japonaise, supposée homogène et radicalement différente, et de les essentialiser pour créer une identité nationale sur la base de traits culturels communs, définition d'invariants de l'âme japonaise avec des efforts de scientificisation du discours. Ces théories connaissent des adversaires qui soulignent l'existence de conflits au Japon, le caractère réactionnaire et dangereux du nationalisme culturel, la réification de la culture. Elles définissent un caractère national japonais par des traits caractéristiques, opposés à l'occident rationnel et universel :

- La valorisation de l'harmonie et égalitarisme des relations, le communautarisme et l'absence d'individualisme, la prédominance du groupe entraînant éventuellement la fragilité de l'individu,
- Un modèle de l'autorité basé sur l'autoritarisme amical par standardisation des pensées et des comportements grâce à l'utilisation de la cohésion du groupe,
- La dépendance psychologique mutuelle (*amae*) avec sens de l'unité, de la réciprocité, le masochisme, le sentiment de culpabilité, la valorisation de l'intuition et de l'émotion,
- L'importance et la spécificité du langage valorisant la hiérarchie dans les relations sociales (*keigo*),
- L'autarcie à partir du modèle communautaire rizicole expliquant le sentiment de différence fondamentale,
- L'importance de la famille (*ié)*, groupe social de base et dépendance psychologique des individus par rapport au groupe, impulsant le modèle de la complémentarité dans les relations sociales, jusque dans l'entreprise.

On retrouve dans les mangas certains de ces éléments qui relèvent de la mythologie identitaire, ajoutés à d'autres, d'après une étude de Romain Chappuis [5] qui a analysé les mangas inspirés des mythes occidentaux. Ceux-ci révèlent une « altérité incluse » c'est-à-dire l'appropriation de l'autre en conservant son altérité pour construire sa propre identité. On y retrouve, entre autres :

- l'absence de transcendance et la valorisation de l'immanence (phénoménalisme), d'où l'absence de dichotomie entre homme et nature, bien et mal, l'animisme à partir du shintoïsme, avec la multitude de kamis qui peuvent prendre toutes les formes possibles,
- le *bushidô* inspiré du bouddhisme zen et des traditions martiales qui impose un code de comportement au guerrier (négation de soi, méditation, loyauté empruntée au confucianisme),
- le pacifisme issu de l'après-guerre avec le discrédit du discours impérialiste et des anciennes élites, le traumatisme de la guerre.

Le manga est donc souvent très représentatif d'une vision particulariste de la culture japonaise, vision d'autant mieux partagée qu'elle fait l'objet d'une diffusion de masse.

Un marché des produits culturels segmenté, adapté à la diversité des publics et individualisable

Une autre caractéristique des mangas est leur poids économique et leur popularité : 75% des adolescents en lisent, plus de la moitié en lisent au moins un par semaine, 40% de la production de papier à imprimer est utilisé pour les mangas, le quart des revenus de l'édition, dont le marché est en lien avec la télévision et le cinéma à travers l'adaptation en *anime*. L'activité économique générée par le manga est donc très importante, dépassant de loin celle qui est générée par la bande dessinée en France par exemple. Le coût d'un manga est extrêmement faible, sa taille formatée sur le temps de transport. Un manga est lu en moyenne par trois lecteurs. Les personnages des mangas sont omniprésents dans le paysage urbain à travers la publicité, le packaging de la nourriture et des produits utilitaires, les néons…Du point de vue économique, la production de manga est industrielle et oligarchique, puisque quelques grandes compagnies se partagent l'essentiel du marché.

La dernière caractéristique notable du manga est sa diversité et sa segmentation : chacun peut

trouver un manga qui convient à son âge et à son sexe, à ses préoccupations, son activité du moment. L'adaptation à la diversité des publics se reflète dans les thématiques : vie à l'école, dans l'entreprise, sport, amour, violence, guerre, histoire, littérature, économie, amitié, sexe (notamment dans les revues pour les filles). Il faut d'ailleurs être attentif à ne pas se tromper de segment. Du point de vue de la production, le manga reflète apparemment la tendance à la standardisation, la création de besoins de consommation à travers le marketing autour d'une quantité de produits dérivés. Pourtant, le marché est plus complexe qu'il n'y paraît. Les interactions entre auteurs et lecteurs sont nombreuses. Les lecteurs s'expriment et les auteurs modifient leurs scénarii en fonction des aspirations des lecteurs, dans des histoires qui n'ont pas de fin. Les mangas ont des niveaux de lecture différents, autorisent un chevauchement des codes. Dans les années 1970, l'apparition des mangas amateurs, *Dôjinshi,* permet à de très nombreux cercles d'amateurs de s'exprimer et de développer des genres nouveaux comme le *lolicom* (Lolita complex), la parodie et le genre *yaoi* (sans structure narrative linéaire, avec des héros dont l'identité sexuelle est floue). Ils révèlent une absence de tabous (homosexualité, scatologie, violence), autorisent des images parfois régressives, violentes ou inquiétantes, qui permettent à l'imaginaire de se libérer pour créer ses propres images et se rassurer. Ils reflètent également un malaise dans les relations hommes-femmes de la société japonaise contemporaine. Ils peuvent être considérés comme subversifs par l'invention d'un ailleurs, d'une cosmogonie qui donne des contours à des tribus imaginaires pour les enfants et les adolescents dont le monde des adultes est totalement exclu, même si les règles de ces références sont définies par le monde adulte et la société de consommation. De nombreux travaux d'analyse des mangas portent sur la question de l'identité et du brouillage des repères identitaires dans les mangas : cyborgs, transmutations, changements de sexe, travestissement…Le monde des mangas ouvre un espace de liberté aux enfants, les autorise à la désobéissance, aux faiblesses, aux plaisirs, à l'imagination, alors que la société les contraint à la réussite scolaire et à un destin tout tracé.

À la fin des années 1980 apparaît d'ailleurs également un phénomène social traumatisant pour les Japonais : les adolescents *Otaku*, qui s'évadent, refusent le contact avec le monde, un monde de contrôle (*kanri Shakai*, la société de contrôle), mais refusent également la contestation, en se réfugiant dans une attitude autiste. Le phénomène se cristallise après l'arrestation en 1989 du violeur et meurtrier de fillettes amateur de mangas lolicom, qui vivait dans un monde dominé par les références aux mangas. Les *Otakus* deviennent ces jeunes dont la famille a échoué dans leur socialisation, et qui vivent dans un monde virtuel et imaginaire, incapables de nouer des liens avec autrui. Par extension, ils finissent par désigner les jeunes. Le manga traduit donc un refus du monde des adultes et de ses contraintes. Ce phénomène a été largement discuté dans les médias, comparé au syndrome de Peter Pan, interprété comme une perversion due à l'introduction d'un individualisme excessif qui ferait disparaître les repères sociaux et notamment les repères de l'identité sexuelle, les jeunes refusant les rôles sexuels hérités de la société traditionnelle, d'après Sharon Kinsella [6].

C'est probablement en partie sur cette imbrication d'une culture très codifiée et d'espaces fantasmatiques de liberté que s'est adossé le succès des mangas dans d'autres sociétés, et notamment en France. Car comment expliquer qu'un produit culturel qui reflète aussi précisément certaines caractéristiques de la société japonaise ou au moins de l'identité culturelle qu'elle s'est construite s'exporte avec autant de succès ailleurs, et notamment en France ?

Le manga comme produit culturel syncrétique exportable

En France, les mangas sont parvenus à travers les dessins animés à partir de 1979 (GoldoraK, Albator), puis ils sont traduits (sans logique, d'après Fabien Tillon [7], et sans respect pour les différents genres), à l'inverse du Japon où le dessin animé est toujours produit à partir du manga qui a du succès. Le marché du manga est important, en croissance régulière (environ 20% par an), rentable et instable, en ralentissement depuis 2007. Glénat, qui a connu une renaissance grâce au manga, Kana et Pika représentent 70% du marché, qui rapporte 30% du chiffre d'affaires de la bande dessinée pour des produits beaucoup moins coûteux que la BD traditionnelle mais beaucoup plus coûteux que le manga au Japon. Certains titres comme Naruto représentent une proportion importante du marché. La publication en série fidélise le public. Ce succès marque un changement radical non seulement dans l'édition en France, mais également dans les flux culturels mondiaux. Ce changement invite à s'interroger sur les mécanismes à l'œuvre dans le fonctionnement de ce produit de culture de masse.

L'éclosion du Cool Japan des mangas

Pour Jean-Marie Bouissou [8], le manga a du succès parce que c'est un produit de pur plaisir, combinant trois composantes : invariants des pulsions primitives (puissance, sécurité, désir sexuel) combinées avec la socialisation (séparation d'avec la mère, entrée dans l'âge adulte), histoire personnelle de chacun, culture particulière liée à l'éducation, l'âge, la catégorie sociale. La satisfaction du pur plaisir étant incompatible avec la vie sociale, seule l'évasion l'autorise. Et le manga est un moyen très supérieur aux autres de pur plaisir et de satisfaction des besoins psychologiques fondamentaux. On peut y trouver un mélange de plaisir et de violence, de fantasmes de vie et de mort. Les personnages des mangas sont à la fois archétypaux et très différents, ce qui permet au lecteur de s'identifier à celui qui lui correspond le mieux, d'autant mieux que la frontière entre banal et extraordinaire, bien et mal, est floue. Ce qui est nouveau, c'est, selon l'expression « cool Japan », le fait qu'un produit culturel japonais rencontre les désirs et les besoins d'une jeunesse dans une situation de post-modernisation culturelle et de dépassement de la domination occidentale sur la culture mondialisée. Pour Anne Allison [9], le succès mondial des produits culturels japonais tient à trois facteurs : la perversité polymorphe (pulsions primitives au sens freudien), la postmodernité qui combine traumatisme apocalyptique de la bombe (et de la peur de l'avenir dans la société contemporaine) et inconscient animiste dans le « techno-animisme », et le consumérisme. Monique Brachet-Lehur [10] s'inspire des travaux de Winicott sur le jeu pour montrer que la manipulation d'objets culturels déviés de leur fonction d'origine peut permettre aux enfants et aux adolescents d'appréhender la réalité et leur identité par l'imaginaire dans la manipulation de l'objet transitionnel que peut constituer le manga. Dans le manga, les enfants et les adolescents sauvent souvent le monde de la cruauté imposée par les adultes. C'est un fantasme de toute puissance qui est offert à l'enfance et à la jeunesse dévastée par un sentiment d'impuissance et d'absence de prise sur le réel.

La rencontre des cultures populaires: syncrétisme de la culture de masse

On peut supposer que si le manga rencontre autant de succès populaire en France, entré non par la voie de l'exotisme et de l'intérêt pour le Japon cultivé, mais par celle de la consommation de masse d'un public jeune, c'est parce qu'il satisfait un besoin. Outre l'envie d'évasion, la jouissance d'appartenir à un groupe de pairs qui partage une passion totalement hermétique au monde des adultes, justement soulignés par Agnès Deyzieux [11], le manga plaît aux adolescents parce qu'il est étranger à l'univers de l'école et le critique souvent. S'agissant des enfants en particulier, la pesanteur du système scolaire est souvent évoquée pour expliquer le succès des mangas au Japon : ils permettent de s'en extraire. C'est par exemple le cas de "Doraemon", où le chat robot venu de l'espace aide le héros à supporter les brimades qu'il subit à l'école et l'invasion de la sphère familiale par l'école (dans les repas où l'on ne parle que des notes, le temps passé aux devoirs). On peut avancer l'idée que le système scolaire français crée le même type d'angoisse que chez les jeunes Japonais, lié à la compétition et à la peur de l'échec scolaire, à la solitude. À ce monde impitoyable, les mangas opposent des valeurs d'entraide, de camaraderie, de dépassement de soi, d'humour, d'espoir et de confiance en la vie. Comme le souligne le journaliste Sébastien Langevin [12], la jeunesse japonaise a atteint le paroxysme du malaise dans une société en crise économique et des valeurs, où les rapports entre les générations et entre les sexes semblent bloqués. Les valeurs véhiculées par les mangas sont à la fois des « outils de socialisation » et des « agents subversifs » de critique sociale. Et la crise de l'adolescent japonais serait finalement à l'avant-garde des crises de la jeunesse contemporaine. Certaines caractéristiques des mangas facilitent l'appropriation de la réponse à un besoin commun et des codes: l'humour, le flou dans l'expression (les onomatopées) et l'importance de l'espace plus que des mots et des images... Pour reprendre l'expression d'Eric Macé [13], la culture de masse produit « un syncrétisme original sous la forme de mythes proposant une résolution des tensions offertes par les contradictions de la vie sociale et de ses représentations ». Le manga offre une mythologie sous forme vide qui permet d'articuler imaginaire et réel. C'est l'espace qu'il offre qui lui donne toute sa puissance.

Globalisation de la culture populaire japonaise

On assiste à un véritable changement radical dans la perception du Japon à travers le succès des mangas, comme le soulignent les auteurs des articles du dernier numéro de Critique internationale, et surtout Iwabuchi Koichi [14]. Pour ce dernier, la culture populaire japonaise, à travers les dessins animés, les jeux vidéos, et d'autres produits comme les pokemons, est à l'origine d'une globalisation culturelle, redessine les cartes de la production et déplace le centre de la domination culturelle américaine vers l'Asie. Le Japon est aujourd'hui le deuxième producteur de biens culturels, loin derrière les Etats-Unis. Il nous dit cependant que le mouvement de décentralisation de la sphère d'influence culturelle n'exclut absolument pas un recentrage vers les grands groupes économiques qui s'accommodent des déplacements culturels sans perdre leur capacité de domination. Les éditeurs de mangas utilisent des stratégies de marketing très efficaces : segmentation, séries, produits dérivés et média mix. Le manga est au centre d'une série de cercles qui se sont développés au Japon et répandus partout : manga des magazines et des livres, pour enfants et dramatique, dessin animé, cinéma, produits dérivés, jeux vidéos, romans, musique pop… Tous ces cercles ont pénétré les marchés mondiaux.

Par un phénomène de renversement, c'est à travers la culture populaire du manga que le Japon trouve une nouvelle place dans la haute culture à travers l'art contemporain : Murakami Takashi et le mangart, qui crée un univers enchanté pour traduire son désenchantement du monde, en passant par l'influence combinée du style des grapheurs et du kawaii.

CONCLUSION

Pour conclure, le phénomène des mangas est particulièrement intéressant dans ce qu'il renouvelle la perception et l'image du Japon, qui a longtemps incarné l'altérité absolue, la différence irréductible, malgré la fascination pour certains aspects de sa culture. Avec le manga, un produit culturel est absolument digéré et assimilé, ce n'est plus son exotisme qui interpelle, mais au contraire sa proximité. Vecteur de fascination, de création, mais surtout de consommation, il permet à une jeunesse qui se retrouve dans une expérience commune de la vie de partager un imaginaire sans limites, mais très codifié. On peut cependant supposer que certains filtres sont appliqués qui limitent le syncrétisme absolu : sélection des éditeurs, traductions, censure de certains éléments particulièrement choquants…La question de la place des mangas à l'école, au Japon absents des bibliothèques scolaires et publiques, reste ouverte.

NOTES

Note 1
Cité par Brachet-Lehur, Monique. Influence des images médiatiques sur l'imaginaire des enfants. Un nouveau rapport aux images, Imaginaire & Inconscient, L'Esprit du temps, I.S.B.N. 2913062687, p. 27 à 41
Note 2
BOUISSOU, Jean-Marie. Le Japon contemporain. Fayard-CERI, 2007
Note 3
KINSELLA, Sharon. Les mangas apprivoisés : la culture japonaise fin de siècle, consultable sur le site du CERI : http://www.ceri-sciences-po.org/archive/avril00/artsk.pdf
Note 4
EISENSTADT, Samuel. Japanese Civilization. A Comparative View. The University of Chicago Press, 1996
Note 5
CHAPPUIS, Romain. L'identité nationale japonaise à travers l'adaptation de récits européens dans la culture populaire (anime et manga), CERI, Mémoire de Master de recherche, 2004-05
http://www.ceri-sciences-po.org/themes/manga/documents/memoire_chappuis.pdf
Note 6
KINSELLA, Sharon. Adult Manga : Culture and Power in Contemporary Japanese Society, University of Hawaii Press, 2000
Note 7
TILLON, Fabien. Culture Manga. Ed. Nouveau monde, 2006

Note 8
BOUISSOU, Jean-Marie,.Quelques questions sur la globalisation culturelle, Critique internationale, n°38, janvier-mars 2008
Note 9
ALLISON, Anne. La culture populaire japonaise et l'imaginaire global, Critique internationale, n°38, janvier-mars 2008
Note 10
BRACHET-LEHUR, Monique. Influence des images médiatiques sur l'imaginaire des enfants. Un nouveau rapport aux images, Imaginaire & Inconscient, 2001/4 - n° 4, pp. 27-14
Note 11
DEYZIEUX, Agnès. Ado et manga : la passion de la lecture. Inter CDI, 07/2007, 208, p.122-128.
Note 12
LANGEVIN, Sébastien. Portrait de l'ado en jeune japonais, Lecture jeune, juin 2006, pp. 9-13
Note 13
MACÉ , Éric. Sociologie de la culture de masse : avatars du social et vertigo de la méthode », Cahiers internationaux de sociologie, Vol. CXII, 2002, pp.45-72
Note 14
IWAKUCHI, Koichi. Au-delà du « Cool Japan », la globalisation culturelle, Critique internationale, n°38, janvier-mars 2008, pp. 37-54

Bibliographie

- ALLISON, Anne. La culture populaire japonaise et l'imaginaire global. Critique internationale, n°38, janvier-mars 2008, pp. 19-36.

- BOUISSOU, Jean-Marie. Pourquoi aimons-nous le manga ? Une approche économique du nouveau soft power japonais. Cités, n° 27, 2006/3, pp. 71-84.

- BOUISSOU, Jean-Marie. Le manga : entre idées reçues et histoire vraie. Bulletin de la BNF, printemps 2007.

- BRACHET-LEHUR, Monique. Influence des images médiatiques sur l'imaginaire des enfants. Un nouveau rapport aux images. Imaginaire et inconscient, 2001/4, n°4, pp. 27-41.

- CHAPPUIS, Romain. L'identité nationale japonaise à travers l'adaptation de récits européens dans la culture populaire (anime et manga), Master de recherche, IEP de Paris, 2004-05.

- DEYZIEUX, Agnès, Ado et manga : la passion de la lecture. Intercdi, juillet-août 2007, n°208, pp. 122-127.

- GRAVETT, Paul, Mange. Soixante ans de bande dessinée japonaise. Editions du Rocher, 2005.

- IWAKUCHI, Koichi. Au-delà du « Cool Japan », la globalisation culturelle. Critique internationale, n°38, janvier-mars 2008, pp. 37-54 .

- KINKO, Ito. A History of Manga in the Context of Japanese Culture and Society. The Journal of