

2021, un pivot ?

PAR OLIVIER PIFFAULT

D'après l'étude GfK, 47 millions de volumes de mangas ont été achetés en 2021, dont 1,5 millions via le pass Culture, soit 71 % des réservations. Slate parle de « binge reading » : toujours une approche péjorative, cinquante ans après... 2021 est-elle une année de basculement ?

Pour la première fois, plus de volumes de mangas sont vendus que de formats francophones. Trois points sont à souligner.

Un : la jeunesse actuellement lectrice, née entre 2007 et 2017, a trouvé *Naruto* et *One Piece* dans son berceau. Certes il y avait aussi *Titeuf*. Mais les enfants et adolescents grandissent accompagnés littéralement sur une décennie par ces séries phénomènes : le manga n'est plus une nouveauté, il est intégré à leur culture.

Deux : les politiques de quotas télévisuels, de soutien à la production européenne, font qu'il y a peu de dessins animés de mangas sur les chaînes TNT... mais le public va sur les chaînes dédiées, sur Netflix où plusieurs séries de mangas sont en permanence en top des visionnages, et sur les sites de streaming légaux, qui ont remplacé les dispositifs de VOD. Crunchyroll en est l'acteur dominant. Cette société californienne de streaming de contenus asiatiques, d'abord rachetée par Warner, l'est en 2021 par Sony. Elle fusionne trois plateformes majeures : la française Wakanime, les américaines Funimation et Crunchyroll.

Trois : cette évolution se fait alors que l'éditeur Shueisha met en ligne gratuitement, pour une durée certes limitée, tous les nouveaux chapitres des best-sellers sur Manga Plus, avec une lecture défilante adaptée aux smartphones. Le manga est donc, banalement, composante de la culture des jeunes.

C'est d'ailleurs – et c'est logique sur le temps écoulé – une composante de la culture des auteurs francophones et de leur style graphique. Nom-

breux sont les jeunes auteurs à assumer un style manga, depuis Patricia Lyfoung en 2005, Vanyda en 2003, Reno Lemaire en 2006. Vingt ans après, lire dans *Spirou Les sœurs Grémillet*, *Alan*, *Le Roi Louve*, *Louca*, *Télémaque...* c'est constater l'intégration de tics stylistiques typiques du manga.

Le « roman graphique », s'il tire beaucoup de ses principes de l'édition indépendante américaine, exploite la liberté de pagination, la dimension pédagogique du récit que le manga a apporté. Par exemple, il n'est pas interdit de voir un écho de constructions de Taniguchi, entre autres, dans *Le Droit du sol* de Davodeau. Enfin, les bandes dessinées américaines, italiennes ont beaucoup puisé dans le manga, qui lui-même s'hybride depuis toujours. Les « écoles nationales » tendraient ainsi à s'effacer, c'est du moins l'hypothèse que l'on peut poser.

Dernier aspect, l'évolution récente des mangas traduits en France montre à la fois des continuités – ainsi de *L'Attaque des Titans*, aussi complexe que finalement classique – ; des radicalités dans la stylisation ou les schémas du shôjo, du shônen ; et l'apparition de thèmes sociétaux nouveaux, comme les questions d'ambiguïté de genre, de transsexualité, d'homosexualité et de leur réception dans les familles. Dans ce dernier cas, c'est avec un réalisme qui n'a rien à voir avec les traditionnels genres codés Yaoi ou « Boy's love », face-à-face amoureux de deux garçons, mais qui rappelle l'interrogation ouverte sur homosexualité/hétérosexualité dans le manga *Family Compo* de Tsukasa Hojo (1997), dont le personnage principal tombait amoureux de son/sa cousin/cousine, Shion, à l'apparence de fille habillée en garçon, ou de garçon habillé en fille, selon les épisodes.

Choix des éditeurs, choix des auteurs ? Toujours est-il que, comme dans les années 1990, au-delà des fictions de distraction, le manga continue bien souvent d'interroger très directement la société à travers ses histoires, et de questionner l'avenir de ses lecteurs, avenir intime, social autant qu'écologique, même dans un *Promised Neverland* (manga de survie, avec des interrogations sociales et porteur d'un véganisme sous-jacent) ou un *One-Punch Man* (parodie de manga de combat, posant une critique de la société médiatique et de consommation)... c'est dire ! ●