

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À TROIS-RIVIÈRES

*LE NUMÉRIQUE, INSTRUMENT DE L'INTERNATIONALISATION DU MANGA ET DU
RENOUVEAU DU MANHWA*

ESSAI PRÉSENTÉ
COMME EXIGENCE PARTIELLE DE LA

MAÎTRISE EN LETTRES
(AVEC ESSAI - CULTURE ET NUMÉRIQUE)

PAR
NEIL BELHADJ

MARS 2025

Université du Québec à Trois-Rivières

Service de la bibliothèque

Avertissement

L'auteur de ce mémoire, de cette thèse ou de cet essai a autorisé l'Université du Québec à Trois-Rivières à diffuser, à des fins non lucratives, une copie de son mémoire, de sa thèse ou de son essai.

Cette diffusion n'entraîne pas une renonciation de la part de l'auteur à ses droits de propriété intellectuelle, incluant le droit d'auteur, sur ce mémoire, cette thèse ou cet essai. Notamment, la reproduction ou la publication de la totalité ou d'une partie importante de ce mémoire, de cette thèse et de son essai requiert son autorisation.

TABLE DES MATIÈRES

TABLE DES MATIÈRES	i
LISTE DES FIGURES	ii
INTRODUCTION.....	1
CHAPITRE I	
L'EXPANSION DES BANDES DESSINÉES ASIATIQUES : DE LEUR NAISSANCE À L'ÂGE NUMÉRIQUE	7
I. Le développement de la bande dessinée japonaise	7
II. Les mangas à la conquête du monde : des enjeux d'adaptation	15
III. La numérisation des mangas	22
IV. Le concurrent coréen, des <i>manhwas</i> aux <i>webtoons</i>	24
CHAPITRE II	
LES ÉDITEURS À L'ÉPREUVE DES ÉCRANS	29
I. L'offre numérique de Shûeisha dans le monde.....	30
1.1. Le développement de l'offre numérique du <i>Jump</i> à l'extérieur du Japon.....	30
1.2. Étude des plateformes <i>Shonen Jump Manga & Comics</i> et <i>MANGA Plus</i>	33
II. Le modèle coréen du <i>WEBTOON</i>	44
2.1. Le <i>webtoon</i> , son format et ses publics	45
2.2. Étude de la plateforme <i>WEBTOON</i> du géant Naver	49
2.3. La création de <i>webtoons</i> hors de Corée : l'appropriation du dispositif par des auteurs non-coréens	52
III. De la compétition des deux bandes dessinées rivales à la cohabitation.....	56
3.1. Succès et multiplication des projets <i>Jump</i>	57
3.2. Le <i>webtoon</i> , un modèle pour les autres types de bandes dessinées.....	59
CONCLUSION	67
BIBLIOGRAPHIE	70

LISTE DES FIGURES

- Figure 1 : *Hokusai manga* (p. 8)
- Figure 2 : Manga de *Tokyo Puck* (p. 8)
- Figure 3 : *Astro Boy* (p. 9)
- Figure 4 : *L'argent du déshonneur* de Hiroshi Hirata (p. 12)
- Figure 5 : Couvertures du magazine *Garo* (p. 12)
- Figure 6 : Couverture du *Monthly Halloween* (p. 14)
- Figure 7 : *Astro Boy : Héros de l'espace* (p. 16)
- Figure 8 : Coffret DVD français de *Juliette, je t'aime* (p. 18)
- Figure 9 : Miyako Slocombe, primée en 2021 pour sa traduction de *Tokyo Tarareba Girls* de Akiko Higashimura. Photo de Frédéric Toutlemonde (p. 22)
- Figure 10 : Page d'accueil de l'application *Jump Live* (p. 31)
- Figure 11 : Page de *éiDLIVE* (p. 31)
- Figure 12 : Couverture du *Shonen Jump* américain (p. 32)
- Figure 13 : Accueil de l'application *MANGA Plus* à gauche et accueil de l'application *Shonen Jump Manga & Comics* à droite (p. 34)
- Figure 14 : Page d'accueil du site *MANGA Plus* (p. 35)
- Figure 15 : Page d'accueil de la section *Shonen Jump Manga & Comics* du site de VIZ (p. 35)
- Figure 16 : Des internautes s'indignent sur X de la censure d'un genou (entre autres) lors de leur lecture d'un manga publié sur *Manga UP!* suite à un *mea culpa* publié par le compte officiel de la plateforme adressant les plaintes liées aux censures présentes (p. 40)
- Figure 17 : *The Marshal King*, un manga sur le site *Shonen Jump Manga & Comics*, n'est plus accessible gratuitement (p. 42)
- Figure 18 : Chapitres, gratuits à leur sortie, déblocables avec l'abonnement Deluxe de *MANGA Plus* (p. 42)
- Figure 19 : Commentaires faisant suite au dernier chapitre de *One Piece* sur *MANGA Plus* (p. 43)
- Figure 20 : Commentaires d'une publication sur *WEBTOON* (p. 47)
- Figure 21 : *Webtoons* avec de nouveaux épisodes chaque dimanche (p. 49)
- Figure 22 : L'argent virtuel « *coins* » de *WEBTOON*, échangeable contre du vrai argent (p. 50)
- Figure 23 : Rutile, Dianne Truc et leur BD *Colossale*, adaptée de leur *webtoon* éponyme. ©Radio France - Mathilde Sourd (p. 54)

Figure 24 : *Lastman* – Casterman (p. 56)

Figure 25 : Page d'accueil de l'application *Jump TOON* (p. 58)

Figure 26 : *Webmanga amateur ミリオンモージャ* de Kôhei Katô, vainqueur d'un concours de *Jump TOON* (p. 58)

Figure 27 : Page d'accueil de *MANGA Plus Creators* (p. 59)

Figure 28 : Page de *Le Livre des Multivers* telle que publiée dans le *Weekly Shônen Sunday* à gauche et un aperçu (d'une autre page) de la version *webtoon* sur l'application *WEBTOON* à droite (p. 61)

Figure 29 : Aperçus de la version *webtoon* de *Fullmetal Alchemist* (p. 63)

Figure 30 : Deux planches du manga *Hell's Paradise* et leurs versions en *webtoon* (p. 64)

Figure 31 : Adaptation papier du *webtoon Solo Leveling* (p. 66)

Figure 32 : *Tôkyô est mon jardin*, bande dessinée de Frédéric Boilet et Benoît Peeters avec des trames du mangaka Jirô Taniguchi est un exemple de ce mouvement artistique transculturel (p. 69)

INTRODUCTION

L'objet de cette étude est de décrire et analyser l'impact du numérique dans la diffusion internationale (particulièrement aux États-Unis et en France) du manga, la bande dessinée japonaise. Ainsi, il est d'abord important d'expliquer les caractéristiques du manga et comment son industrie s'est développée à l'échelle nationale sur plusieurs décennies, avant d'aborder son implantation (accélérée par voies numériques) hors de son pays d'origine.

Au Japon, les mangas existent depuis le début du XX^e siècle, mais se sont popularisés dans la période d'après-guerre (au cours des années 1950 et 1960). Ils suivent pour la plupart des codes esthétiques précis. Il s'agit majoritairement de séries de plusieurs tomes, en format poche, en noir et blanc et se lisant de droite à gauche (le sens de lecture japonais). Initialement, leurs chapitres sont prépubliés dans des périodiques à bas prix avant d'être réédités sous forme de tomes reliés. Une même maison d'édition possède généralement plusieurs magazines de prépublication se focalisant chacun sur une cible éditoriale précise (jeunes garçons, jeunes filles et jeunes adultes), mettant en avant les genres de leurs mangas (soit, en simplifiant : de l'action pour les jeunes garçons, de la romance pour les jeunes filles). Comme l'exprime le spécialiste du Japon contemporain Julien Bouvard¹, bien que les mangas soient pour la plupart divertissants, ils jouent un rôle éducatif, ne serait-ce qu'en permettant aux lecteurs de découvrir des éléments culturels, historiques ou sociaux de la culture japonaise². On peut en voir un exemple dans *Give My Regards*

¹ Julien Bouvard, « Réflexions sur le manga éducatif », *Image & Narrative*, vol. 12, n° 1, mars 2011, p. 189-205, URL : <http://www.imageandnarrative.be/index.php/imagenarrative/article/view/132>.

² Pas toujours cependant, puisqu'il existe aussi des mangas dont l'histoire ne se déroule pas au Japon et qui ne comportent pas de personnages japonais, comme le manga *Innocent* de Shinichi Sakamoto, sur la famille Sanson,

*to Black Jack*³, qui dénonce les dysfonctionnements réels du système hospitalier japonais. Les mangas se construisent également à partir d'éléments de la culture populaire.

Au-delà des codes esthétiques, le manga se distingue aussi des autres bandes dessinées par son modèle de production, son industrie. Le traducteur Frédéric L. Schodt comptait deux cent soixante-cinq magazines de mangas au Japon en 1995 et présente les plus importants dans son livre *Dreamland Japan : Writings on Modern Japan*. Le mangaka (scénariste et/ou dessinateur) travaille pour une maison d'édition qui détient les droits de son œuvre. Un *tantō* (responsable éditorial) lui est assigné. Ce *tantō* peut imposer que l'histoire change totalement en cours de route si quelque chose ne lui plaît pas et se base aussi beaucoup sur l'avis des lecteurs⁴.

Si le manga prend racine dans la culture japonaise, les années 1970 sont marquées par les premières diffusions de dessins animés japonais hors d'Asie. Ces derniers connaissent un succès immédiat auprès du jeune public. Moins chers que la production locale, et avec un catalogue plus important, ils représentaient une mine d'or dans laquelle les télédiffuseurs jeunesse pouvaient puiser. En Occident, les mangas apparaissent donc d'abord par le biais de leurs adaptations en *anime* (contraction d'animation, utilisée spécifiquement pour les dessins animés japonais) et il faut attendre les années 1990 pour que l'édition de mangas se démocratise au pays de la bande dessinée francophone, avec la publication du manga *Akira*⁵ par l'éditeur Glénat⁶ (Marvel l'avait introduit sur le sol américain dès 1988).

bourreaux de la Révolution française, ou encore *Me and the Devil Blues* d'Akira Hiramoto, sur la vie du musicien américain Robert Johnson.

³ Satô Shûhô, *Give My Regards to Black Jack, Morning*, 2002-2006.

⁴ Valentin Paquot, « Shihei Lin : l'homme qui murmurait à l'oreille des mangakas ! », *L'Internaute* [en ligne], 22 octobre 2021, URL : <https://www.linternaute.com/livre/mangas/2560538-shihei-lin-l-homme-qui-murmurait-a-l-oreille-des-mangakas/>.

⁵ Publié entre 1982 et 1990 au Japon.

⁶ Katsuhiro Ôtomo, *Akira*, 31 tomes, France, Glénat, 1990.

Trente ans après la publication d'*Akira*, plus d'une bande dessinée vendue sur deux en France est un tome de manga⁷. De plus, la société de conseil allemande GFK, qui suit depuis longtemps le secteur du livre et de la bande dessinée en France et en Europe plus largement, indique qu'« en regard du marché total du Livre [...] [,] la BD représente 24 % des volumes achetés en 2021 soit 2 fois plus qu'en 2012 !⁸ » Bien que plusieurs librairies durent fermer leurs portes pendant la crise du coronavirus, plusieurs éditeurs ont confirmé dans un article de presse de BFMTV⁹ l'explosion des ventes de mangas pendant les nombreux confinements. Ces derniers l'expliquent d'abord par le rythme de sorties soutenu auquel sont habitués les lecteurs, mais aussi par le temps passé sur les écrans, les réseaux sociaux et les plateformes de streaming telles que Netflix, qui sont les principales vitrines des mangas.

À l'instar d'autres productions artistiques et culturelles, les mangas ont connu de nombreuses transformations, depuis plusieurs années, sous l'influence des technologies numériques. Ainsi, les travaux antérieurs ont commencé à s'intéresser à ce que les technologies numériques ont pu modifier dans le processus de production du manga, notamment sur le plan du dessin. Grâce aux outils numériques, la charge de travail du mangaka s'est vue réduite. Dans *Dreamland Japan*, Schodt donne l'exemple du mangaka Monkey Punch, connu pour le manga *Lupin III* (créé en 1967), qui utilisait l'ordinateur pour stocker des références ou encore ses propres

⁷ Jérôme Lachasse, « Pour la première fois, 1 BD sur 2 vendue en France est un manga : “Ça explose à tous les niveaux” », *BFMTV* [en ligne], 13 septembre 2021, URL : https://www.bfmtv.com/people/bandes-dessinees/le-nouvel-age-d-or-du-manga-en-france-ca-explose-a-tous-les-niveaux_AN-202109130183.html.

⁸ GFK, « Une année 2021 hors norme pour les acteurs de la bd » [en ligne], 28 janvier 2022, URL : <https://www.gfk.com/fr/press/annee-2021-hors-norme-pour-les-acteurs-de-la-bd>.

⁹ La directrice générale des éditions Kana, Christel Hoolans, explique dans cet article que « c'est l'avènement du 360 [...]. Vous regardez l'anime, puis en attendant l'épisode suivant vous lisez le manga, puis vous enchaînez avec le spin-off. Et c'est la boucle magique qui se met en route » ; tiré de Jérôme Lachasse, « Pour la première fois, 1 BD sur 2 vendue en France est un manga : “Ça explose à tous les niveaux” », *BFMTV* [en ligne], 13 septembre 2021, URL : https://www.bfmtv.com/people/bandes-dessinees/le-nouvel-age-d-or-du-manga-en-france-ca-explose-a-tous-les-niveaux_AN-202109130183.html.

photos qu'il retouchait avec Photoshop et intégrait dans ses mangas. Inio Asano, mangaka plus contemporain, prend également des photos qui servent de canevas à ses dessins réalisés à l'aide d'une tablette graphique. De plus, il manipule le moteur de jeux vidéo 3D *Unreal Engine 5* pour modéliser ses personnages, rues et vaisseaux spatiaux, et dessine par-dessus ces images numériques afin de les intégrer au manga¹⁰.

En dehors du dessin désormais réalisé à l'aide de logiciels et de tablettes graphiques, d'autres évolutions ont eu lieu, notamment en ce qui a trait aux moyens de diffusion et de distribution internationale des mangas. Des *anime* passant à la télévision à l'heure du souper aux plateformes de streaming comptant plus de 232 millions d'abonnés (Netflix), le marché du manga n'a cessé d'évoluer. Depuis 2018, ce sont les applications mobiles de lecture en ligne qui connaissent un essor important hors du Japon, parmi lesquelles on peut citer *MANGA Plus* et *Shonen Jump Manga & Comics*, qui feront l'objet d'analyses dans le cadre de cette étude. Ces services de distribution permettent désormais aux lecteurs internationaux de ne plus attendre plusieurs mois que le dernier tome de leur manga favori soit traduit, et de lire les chapitres en même temps qu'ils paraissent au Japon. On a ainsi assisté, au cours des dernières années, à la mise en place d'un tout nouveau mode de distribution du manga, dont l'étude fera l'objet de cet essai.

Cet essai visera donc à interroger la façon dont, de 2018 à 2025, quelques plateformes numériques d'importance ont modifié les manières de diffuser, de mettre en marché et de lire les mangas dans un espace culturel international. Nous désirons montrer comment les offres numériques de mangas influencent les pratiques des lecteurs, mais aussi des différents acteurs de l'industrie (principalement les éditeurs).

¹⁰ Unreal Engine, *Manga Artist Inio Asano Uses Real-Time Tools. Spotlight. Unreal Engine* [vidéo en ligne], consulté le 22 juillet 2023, URL: https://www.youtube.com/watch?v=UuX6ldtaflc&ab_channel=UnrealEngine.

Pour mener notre étude des plateformes numériques de manga, nous aborderons, dans un premier chapitre de contextualisation, l'histoire du manga dans sa définition moderne (à partir de la période d'après-guerre), ainsi que les différents facteurs ayant favorisé son internationalisation (notamment l'action de l'État japonais qui l'utilise à des fins politiques, y voyant un outil de soft power « *Cool Japan*¹¹ »). Nous verrons comment l'internationalisation du manga a pu s'amorcer avant puis après l'arrivée d'Internet. Nous nous appuierons sur les travaux existants sur ces questions tel que l'ouvrage de Frédéric L. Schodt mentionné précédemment, de même que le livre *Manga : histoire et univers de la bande dessinée japonaise*¹² du spécialiste du Japon contemporain Jean-Marie Bouissou, qui aborde plusieurs pans du manga au Japon, mais aussi les modalités de son arrivée en France. Julien Bouvard, quant à lui, accorde un fort intérêt au *mediamix* (autre appellation pour le transmédia) et fait le lien entre jeux vidéos japonais et mangas, deux médias piliers du *Cool Japan* mentionné précédemment¹³.

Dans le deuxième chapitre, nous analyserons deux des plateformes de lecture en ligne du manga les plus importantes en dehors du Japon. Plus précisément, nous proposerons des études de cas de l'application *MANGA Plus*, ainsi que de sa version nord-américaine *Shonen Jump Manga & Comics* (toutes deux appartenant à l'éditeur japonais Shûeisha, le seul à proposer une telle offre), mais aussi d'une troisième plateforme un peu différente, *WEBTOON*. Effectivement, afin d'affiner notre analyse des deux principales plateformes numériques de diffusion du manga, nous inclurons

¹¹ Le « *soft power* » est un terme très utilisé dans les relations internationales, défini par le géopolitologue américain Joseph Nye en 1990 comme « l'habileté à séduire et à attirer ». Le Japon n'ayant pas de « *hard power* » (pouvoir militaire), son influence sur le reste du monde se fait par la promotion de sa culture (gastronomie, technologies, mangas, jeux vidéos, etc.). À notre connaissance, comme pour l'appellation « *Cool Japan* », il n'y a pas de mot en français pour remplacer ces anglicismes, ou bien ils sont peu utilisés.

¹² Jean-Marie Bouissou, *Manga : Histoire et univers de la BD japonaise*, Arles, Picquier, 2014.

¹³ NESblog / Speed Game, *Le JV et ses cultures dans le Japon contemporain – avec Julien Bouvard* [vidéo en ligne], consulté le 19 juillet 2023, URL : https://www.youtube.com/watch?v=nzkJw4oNBXY&ab_channel=NESblog%2FSpeedGame.

dans notre étude un autre type de bande dessinée, lui aussi objet d'une diffusion numérique, qui servira d'élément de comparaison avec le manga : le *webtoon*, la bande dessinée numérique sud-coréenne (produite massivement et exclusivement sous forme numérique¹⁴). L'inclusion du *webtoon* nous semble pertinente car comme le manga, il s'agit d'un vecteur de diffusion de la culture coréenne à l'étranger.

MANGA Plus, *Shonen Jump Manga & Comics* et *WEBTOON* constituent donc notre corpus primaire. L'intérêt de ces trois plateformes réside dans l'accessibilité internationale de leur catalogue. De plus, il s'agit de piliers éditoriaux de leurs domaines respectifs (mangas et *webtoons*) ; c'est pourquoi nous avons choisi de les analyser tout particulièrement. Dans le chapitre 2, nous étudions les avantages et défauts de ces plateformes, soulignons les différences entre leurs dispositifs numériques, à la fois sur le plan de l'offre (langues, genres et collections diffusées), et des modalités de lecture, de l'ergonomie des applications, des systèmes d'abonnement et de l'affordance¹⁵.

Nous aborderons également, toujours dans le cadre de l'étude des trois plateformes, ce qui peut être vu comme la forme d'adoption ultime du manga par des éditeurs locaux, soit la place faite à la création d'une offre de « mangas » originaux par des auteurs non-japonais. C'est ce que la sociologue américaine Casey Brienza appelle la « *domestication*¹⁶ ». Toutes ces facilités d'accès transforment progressivement le paysage du manga, autant pour les acteurs de ce secteur que pour le grand public.

¹⁴ Il est important de faire la distinction entre une création préexistante qui est numérisée (le cas de la plupart des mangas disponibles en ligne) et une production conçue dès le départ pour une distribution numérique (le *webtoon*).

¹⁵ « L'affordance est la capacité d'un objet ou d'un système à évoquer son utilisation, sa fonction. » selon Usabilis, « Qu'est-ce-que l'affordance ? », *Usabilis* [en ligne], 20 février 2018, URL : <https://www.usabilis.com/definition-affordance/>.

¹⁶ Casey Brienza, *Manga in America: Transnational Book Publishing and the Domestication of Japanese Comics*, New York, Bloomsbury Publishing Plc, 2016.

CHAPITRE I

L'EXPANSION DES BANDES DESSINÉES ASIATIQUES : DE LEUR NAISSANCE À L'ÂGE NUMÉRIQUE

I. Le développement de la bande dessinée japonaise

Le mot *manga* signifie « images dérisoires » (en référence aux caricatures d'antan) et s'emploie aujourd'hui au Japon pour définir tout type de bande dessinée. Le premier emploi du terme « manga » est attribué au peintre Katsushika Hokusai (1760-1849), avec ses « *hokusai manga* » (1814), des carnets de croquis de scènes quotidiennes comprenant notamment des dessins de personnages grimaçants, mais en réalité c'est Rakuten Kitazawa (1876-1955) qui est le premier à faire du manga¹⁷. C'est en 1902, presque un siècle après les illustrations d'Hokusai, qu'apparaissent les mangas au sens moderne. Kitazawa s'est inspiré des caricatures présentes dans des magazines satiriques américains, dont *Box of Curios* pour lequel il a brièvement travaillé ; après avoir dessiné ses « *jiji manga* » entre 1902 et 1905 à la demande d'une autre revue, japonaise celle-là, il a à son tour édité ses propres magazines dédiés exclusivement à la publication de mangas courts. Publié en 1905, le premier et le plus connu, *Tokyo Puck*, a conduit à ce que la bande dessinée au Japon – le « manga » – soit d'abord appelée « *puck* » pendant un temps (cependant, c'est bien

¹⁷ Dans le paragraphe qui suit, nous empruntons les grandes lignes de la carrière de Rakuten Kitazawa à Ronald Stewart, « Manga Studies n°2 : Manga history : Shimizu Isao and Miyamoto Hirohito on Japan's first modern “manga” artist Kitazawa Rakuten », *Comics Forum*, 15 juin 2014, URL: <https://comicsforum.org/2014/06/14/manga-studies-2-manga-history-shimizu-isao-and-miyamoto-hirohito-on-japans-first-modern-manga-artist-kitazawa-rakuten-by-ronald-stewart/>.

Kitazawa qui popularisera le mot « manga » pour parler de bande dessinée). Au-delà de sa production personnelle, il a formé et dessiné aux côtés de jeunes mangakas, qui participaient à ses magazines, et est donc aussi le précurseur des maisons d'édition de mangas.



Figure 1 : *Hokusai manga*

Figure 2 : *Manga de Tokyo Puck*

Bien que Kitazawa soit à l'origine du concept de manga tel qu'on le connaît, celui qui est souvent cité comme « père du manga », et même « dieu du manga¹⁸ », est le mangaka Osamu Tezuka (1928-1989), créateur de plusieurs centaines de mangas, dont le plus connu est *Astro Boy* (1952-1968). En effet, c'est ce dernier qui a vraiment popularisé ce genre de bandes dessinées en ne se contentant pas d'une histoire en un chapitre ou un volume, mais en créant de véritables séries

¹⁸ Evan Minto, « Life With Manga God Osamu Tezuka: An Interview with Frederik Schodt », *Crunchyroll* [en ligne], 10 novembre 2017, URL: <https://www.crunchyroll.com/news/features/2017/11/10/life-with-manga-god-osamu-tezuka-an-interview-with-frederik-schodt?srsltid=AfmBOoqn4sN0MTNvW05DdMSBY1rSzt6oj5KpIyzVA53Z3XKwduYt2BpS>.

s'établissant dans le temps, à l'aide notamment de l'adaptation d'*Astro Boy*, puisqu'il était aussi impliqué dans la création de l'*anime*. Comme Kitazawa, Tezuka a subi l'influence occidentale : les grands yeux de son personnage Astro (Atomu en japonais) s'inspirent des productions de Disney, notamment de *Pinocchio*¹⁹. Il ira jusqu'à dessiner un manga de *Bambi*²⁰. Tezuka a donc non seulement popularisé le manga, mais aussi introduit les codes stylistiques qui sont encore appliqués aujourd'hui.

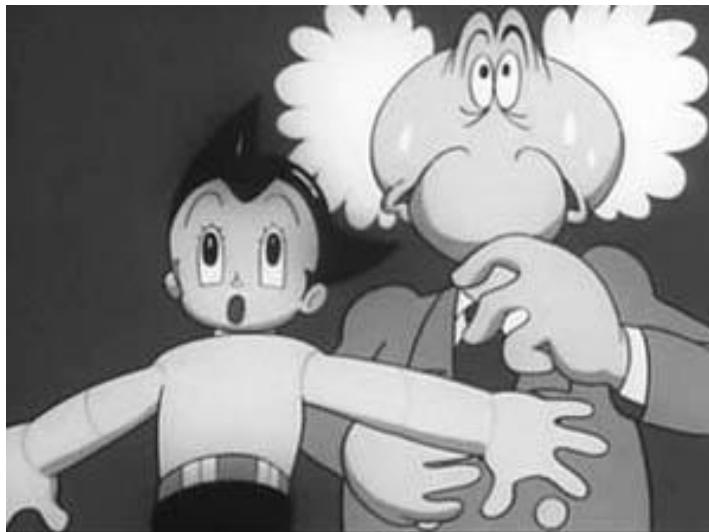


Figure 3 : *Astro Boy*

Dans les années 1950 et au début des années 1960, le manga était destiné aux enfants et pensé comme un divertissement, comme l'exprime le traducteur Ryan Holmberg dans un article dédié aux *akahon mangas* : « Qu'est-ce-qu'un akahon ? Le nom se traduit littéralement par *livre rouge*, une appellation de l'époque Edo employée pour désigner les livres d'enfants reconnaissables à leurs couvertures rouges, réutilisée pendant la période Meiji pour différentes bandes dessinées d'aventure destinées à la jeunesse, puis surtout associée à certains types de manga

¹⁹ Ryan Holmberg, « Tezuka Osamu and American Comics », *The Comics Journal* [en ligne], 16 juillet 2012, URL: <https://www.tcj.com/tezuka-osamu-and-american-comics/>.

²⁰ Osamu Tezuka, *Bambi*, *Tsuru Shobo*, 1951.

après les années 1930²¹ ». Par la suite, le manga va très rapidement évoluer dans ses thématiques et permettre de toucher d'autres publics. Le manga d'auteur, dit « *gekiga* », ou manga alternatif, apparaît dans les années 1960. Yoshihiro Tatsumi est à l'origine de ce terme en 1957²². Contrairement aux mangas (« images dérisoires »), *gekiga* signifie « images dramatiques ». Hayao Miyazaki, le célèbre réalisateur des studios Ghibli, relatait, à travers une entrevue rapportée dans l'anthologie *Starting Point : 1979-1996*²³, avoir commencé dans sa jeunesse par dessiner du *gekiga*, qui l'intéressait parce qu'il était davantage tourné vers l'histoire que le dessin (les mangas pour enfants et adolescents se voulant surtout divertissants), mais a finalement décidé de se tourner vers des mangas plus légers, car il ne voulait plus créer de l'anxiété chez ses lecteurs, jugeant le *gekiga* trop cynique et négatif, avec ses histoires qui se terminent mal et rendent une image pessimiste de la réalité, préférant alors dessiner des mangas pour enfants²⁴. Par ailleurs, le *gekiga* est la manifestation d'une volonté du mangaka de s'affranchir des contraintes éditoriales trop strictes. Ce mouvement artistique est également marqué par une critique plus incisive de la société japonaise. Il y est question de monde du travail, de la corruption des politiciens, d'économie, de guerre et de diplomatie. Le magazine *Garo* était spécialisé dans ce genre d'histoires, avec des dessins tantôt très réalistes, tantôt expérimentaux. Dans ses pages, on retrouvait par exemple les

²¹ « What is an akahon? The name literally translated *red book*, an Edo-period name for children's books distinguished by their red covers, revived in the Meiji period for various sorts of adventure and comic fiction aimed at youth, and then associated most strongly with certain types of manga after the 1930s. » (Ryan Holmberg, « The Bottom of a Bottomless Barrel : Introducing Akahon Manga », *The Comics Journal* [en ligne], 5 janvier 2012, URL : <https://www.tcj.com/the-bottom-of-a-bottomless-barrel-introducing-akahon-manga/> ; notre traduction.)

²² Ryan Holmberg, « Tatsumi Yoshihiro 1935-2015 », *The Comics Journal* [en ligne], 12 mars 2015, URL : <https://www.tcj.com/tatsumi-yoshihiro-1935-2015/>.

²³ Hayao Miyazaki, *Starting Point: 1979-1996*, Viz Media, 2014.

²⁴ « Drawn by manga artists who had suffered through misfortune [...] *gekiga* were filled with their grudges and feelings of spite, so there were no happy endings. The artists made every effort to provide cynical endings. For a student in examination hell, this disillusioned perspective seemed totally refreshing. [...] I chose a manga as a weapon to fight against anxiety, and, as I mentioned, at first I drew *gekiga*, story-oriented manga. [...] I thought it might be better to express in an honest way that what is good is good, what is pretty is pretty, and what is beautiful is beautiful. [...] Then when I got married and had children of my own, I came to think about what kind of cartoon films my children might want to see. » (*Ibid.*, p. 167-174 ; nous traduisons librement l'esprit de ce passage.)

auteurs Hiroshi Hirata (*Satsuma, l'honneur de ces samouraïs*²⁵), Shirato Sanpei (*Kamui Den*²⁶), Shigeru Mizuki (*Kitarô le repoussant*²⁷, qui n'est pas un *gekiga*, mais son manga le plus connu ; *NonNonBa*²⁸, *Opération Mort*²⁹) et Yoshiharu Tsuge (*La Vis*³⁰). Kazuo Kamimura (*Lady Snowblood*³¹), Ryôichi Ikegami (*Crying Freeman*³², *Sanctuary*³³), Takao Saito (*Golgo 13*³⁴), Kaiji Kawaguchi (*Zipang*³⁵) et Jiro Taniguchi (*Quartier lointain*³⁶, *Le Sommet des dieux*³⁷) s'inscrivent également dans cette école du *gekiga* et ont influencé des générations de mangakas. Ces mangas, jugés plus sérieux, attirent les adultes, qui ont laissé tomber les mangas mignons de Tezuka. Si ce modèle de publication indépendante n'existe presque plus aujourd'hui, comme il est difficile de faire vendre sans titre phare et que les grandes maisons d'édition régissent le secteur du manga, une offre de mangas destinés aux adultes existe toujours. Le magazine *AX*, fondé par des anciens de *Garo* en 1998, et le magazine en ligne *Torch*, lancé en 2014³⁸, sont aujourd'hui les meilleurs héritiers des créateurs de *gekiga* d'un point de vue expérimental et éditorial (souple). Comme ces magazines n'ont pas pour habitude d'entretenir de longues séries, la plupart des chapitres publiés par les mangakas sont des histoires courtes qui se concluent en un seul épisode et qui peuvent être par la suite compilées dans des anthologies d'un ou deux volumes. Ainsi, comme il n'y a pas à

²⁵ Hiroshi Hirata, *Satsuma, l'honneur de ces samouraïs*, *Weekly Manga Goraku*, 1977-1982.

²⁶ Shirato Sanpei, *Kamui Den*, *Garo*, 1964-1971.

²⁷ Shigeru Mizuki, *Kitarô le repoussant*, *Weekly Shônen Magazine*, 1965-1986.

²⁸ Shigeru Mizuki, *NonNonBa*, Chikuma Shobo, 1992.

²⁹ Shigeru Mizuki, *Opération Mort*, *Shûkan Gendai*, 1973.

³⁰ Yoshiharu Tsuge, *La Vis*, *Garo*, 1968.

³¹ Kazuo Kamimura, *Lady Snowblood*, *Weekly Playboy*, 1972-1973.

³² Ryôichi Ikegami, *Crying Freeman*, *Big Comic Spirit*, 1986-1988.

³³ Ryôichi Ikegami, *Sanctuary*, *Big Comic Superior*, 1990-1995.

³⁴ Takao Saito, *Golgo 13*, *Big Comic*, 1968-en cours de parution.

³⁵ Kaiji Kawaguchi, *Zipang*, *Morning*, 2000-2009.

³⁶ Jiro Taniguchi, *Quartier lointain*, *Big Comic*, 1998.

³⁷ Jiro Taniguchi, *le Sommet des dieux*, *Business Jump*, 2000-2003.

³⁸ Au sujet de ces publications, des mangakas et un éditeur se sont livrés sur leur parcours et méthodes dans un documentaire sur la chaîne YouTube *Archipel : Archipel, Alternative Paths to Manga* [vidéo en ligne], consulté le 31 janvier 2022, URL : <https://www.youtube.com/watch?v=x7Yo87NYhEk>.

construire toute une série et donc à constamment attirer les lecteurs avec des procédés scénaristiques comme les retournements de situation en fin de chapitre, les éditeurs de ces mangas pour adultes sont plus souples quant à la date de remise d'un chapitre et la pression éditoriale à laquelle sont soumis les mangakas est moins forte que lorsque ceux-ci sont publiés dans un magazine de grande diffusion.



Figure 4 : *L'argent du déshonneur* de Hiroshi Hirata

Figure 5 : Couvertures du magazine *Garo*

Comme nous l'indiquions dans l'introduction de cet essai, le manga est généralement produit en noir et blanc ; il se lit de droite à gauche et se distingue des bandes dessinées non-japonaises dans sa construction graphique. Outre ces caractéristiques formelles, l'organisation éditoriale de sa production le caractérise aussi fortement. Le secteur du manga compte aujourd'hui plusieurs éditeurs, dont les plus importants sont Shûeisha et Kôdansha. Tous deux situés à Tokyo, capitale éditoriale japonaise, ils possèdent plusieurs magazines ciblant différents publics (enfants [« *kodomo* »], adolescents [« *shônen* »] et adolescentes [« *shôjo* »], hommes adultes [« *seinen* »] et femmes adultes [« *jôsei* »]). La plupart des magazines ne se limitent pas à un genre thématique spécifique, puisqu'ils cherchent à attirer le plus de lecteurs possibles en proposant des personnages évoluant dans des univers variés. Certes, pour un magazine *shônen* qui vise des collégiens, l'éditeur aura tendance à vouloir que le mangaka mette en scène des personnages ayant entre dix et vingt

ans pour que le jeune lectorat se retrouve en eux. On retrouvera également davantage de mangas avec des affrontements entre personnages dans les mangas *shônen* (dits à « destination des garçons », donc) et plus souvent des récits sentimentaux dans les mangas *shôjo* (« pour jeunes filles »), mais d'un autre côté, le genre de l'horreur étant historiquement populaire chez les filles japonaises³⁹, il y a beaucoup de mangas *shôjo* de ce type. Par exemple, le magazine *shôjo Monthly Halloween*, focalisé sur l'horreur et publié entre 1985 et 1995⁴⁰, a accueilli le premier chapitre de *Tomie*⁴¹, manga avec un personnage principal féminin du même nom, inspiré de légendes urbaines japonaises, lançant la carrière de celui aujourd'hui considéré comme le maître de l'horreur japonais et égérie du magazine, Junji Itô⁴². Les mangas sont prépubliés aux côtés d'autres mangas, dans des magazines qui leur sont exclusivement dédiés. Un chapitre d'une série sort chaque semaine, mois ou trimestre selon le rythme de parution du magazine, et une fois que plusieurs chapitres sont sortis (le plus souvent aux alentours de dix, comme c'est le cas des mangas du magazine le plus populaire *Weekly Shônen Jump*), ceux-ci reparaissent dans des tomes reliés. D'après un rapport du Bureau International de l'Édition Française faisant état du secteur de l'édition au Japon, avec 1785 éditeurs actifs, 66 885 nouveaux titres étaient publiés en 2022, pour un chiffre d'affaires total de 10,4 milliards d'euros ; au sein de ce secteur global, le segment du manga était en croissance la même année, comptant pour 4,3 milliards d'euros du chiffre d'affaires total, dont 2,8 milliards d'euros pour le manga numérique seulement (contre 1,1 milliards d'euros pour le manga papier, en déclin).

³⁹ Hiromi Tsuchiya Dollase, « Shôjo Spirits in Horror Manga », *U.S.-Japan's Women's Journal*, n° 38, University of Hawai'i Press on Behalf of International Institute of Gender and Media, 2010, p. 59-80, URL: <https://www.jstor.org/stable/pdf/42772010.pdf>.

⁴⁰ Son catalogue perdure depuis à travers le magazine *Nemuki*.

⁴¹ Junji Itô, *Tomie*, *Monthly Halloween*, 1987-2000.

⁴² Maria Inez Mie, « Dead and Deadly Females: Junji Ito's Tomie and the Legacy of the Female Vengeance Ghost », School of the Art Institute of Chicago, Chicago, Illinois, 2015, f. 67.



Figure 6 : Couverture du *Monthly Halloween*

Enfin, un acteur clé dans la chaîne éditoriale du manga est le *tantō*, qui est le responsable éditorial du mangaka, travaillant de concert avec lui pour publier les chapitres à temps et satisfaire les désirs des lecteurs. Il fait le pont entre la maison d'édition et le(s) auteur(s). Le *tantō* fait aussi partie du processus créatif ; son objectif est d'aider l'auteur à construire une histoire avec une certaine longévité. Il ne s'agit pas d'histoires complètes en un seul épisode (bien qu'il y en ait, les débutants commençant par là pour tester la réception de leur œuvre) où ce qui y est raconté se suffit en lui-même, mais de récits en feuilleton : les histoires hebdomadaires ou mensuelles comportent des rebondissements constamment pensés pour captiver les lecteurs et leur donner envie de continuer de lire la série.

II. Les mangas à la conquête du monde : des enjeux d'adaptation

1963 est une année importante dans l'histoire du manga : c'est l'année de l'adaptation du manga *Astro Boy* en *anime*, terme qui désigne spécifiquement les dessins animés japonais. Elle atteindra jusqu'à 40 % d'audience à la télévision japonaise comme l'explique Jonathan Clements⁴³ : « Cet épisode fut diffusé le 25 janvier 1964, obtenant un score de 40,3 %, le plus haut score pour n'importe quel épisode d'*Astro Boy* jusqu'alors. L'épisode en couleur servit de nouveau durant l'été lorsqu'il fut édité avec les épisodes en noir et blanc 46 et 71 pour former le premier film *Astro Boy, Astro Boy : Héros de l'espace* (1964, *Tetsuwan Atomu : Uchū no yūsha*). Il ne battit pas seulement la concurrence en tant que vrai long métrage, mais parce qu'il était partiellement en couleur, ce qui rétablit Tezuka en tant qu'innovateur au sein du marché⁴⁴. » Cette même année, l'*anime* sera également diffusé aux États-Unis. Ce fait est important car c'est grâce aux adaptations télévisées que les mangas se feront connaître à l'étranger. Ce phénomène va s'accélérer à partir des années 1980. Les chaînes de télévisions étrangères se ruent alors sur ces productions nipponnes bon marché et attirent une jeune audience importante, qui se tournera aussi vers la lecture des œuvres originales en format imprimé. L'adaptation des dialogues des *anime* à chaque pays où ils sont diffusés a favorisé la pénétration de ces productions en Europe et en Amérique du Nord. Elle

⁴³ Jonathan Clements, « Tezuka's Anime Revolution in Context », *Mechademia: Second Arc*, vol. 8, University of Minnesota Press, 2013, p. 214-226.

⁴⁴ « The episode was broadcast on 25 January 1964, gaining a 40.3 percent rating, the highest rating for any episode of *Astro Boy* to that point. The color episode served another purpose in the summer, when it was edited together with the monochrome episodes 46 and 71 to form the first *Astro Boy* “feature film,” *Astro Boy: Hero of Space* (1964, *Tetsuwan Atomu: Uchū no yūsha*). This not only beat the opposition by being a true feature-length film but in being partly made in color, it reestablished Tezuka as the innovator in the market. » (p. 221) (Notre traduction.).

leur a permis d'intégrer les sensibilités culturelles et de se modeler aux sensibilités enfantines (puisque les dessins animés étaient perçus de facto comme étant destinés au public jeunesse)⁴⁵.



Figure 7 : *Astro Boy : Héros de l'espace*

Le traducteur Lawrence Venuti, dans son ouvrage *The Translator's Invisibility : A History of Translation*⁴⁶, définit la notion de localisation (il emploie le mot « *domestication* »). Il explique que deux manières de concevoir la traduction coexistent : d'une part, la « *foreignization* » (*foreign* veut dire étranger en anglais) est une façon de traduire en restant le plus près possible du texte original, c'est-à-dire en respectant l'agencement des phrases, en laissant tels quels certains mots qui n'ont pas de traduction littérale afin de respecter le plus possible le discours (et la pensée) de l'auteur⁴⁷. D'autre part, une autre seconde manière de traduire, la localisation (« *domestication* »), s'apparente davantage à une adaptation : l'auteur change les tournures, les mots et expressions afin que l'ensemble sonne le plus naturel, local, « domestique » et fluide possible⁴⁸. Cette deuxième forme, la localisation, est généralement privilégiée par les éditeurs de mangas. Nombreux sont les

⁴⁵ Amy Shirong Lu, « The Many Faces of Internationalization in Japanese Anime », *animation: an interdisciplinary journal* [en ligne], vol. 3(2), 2008, p. 169-187, URL: <https://www.amyshironglu.com/pdf/Lu%20AS%20Animation%202008.pdf>.

⁴⁶ Lawrence Venuti, *The Translator's Invisibility: A History of Translation* [1995], Londres, Routledge, 2008.

⁴⁷ *Ibid.*, p. 19.

⁴⁸ *Ibid.*, p. 5-6.

personnages avec des noms japonais qui portent des noms occidentaux dans les versions traduites, comme Oliver et Tom (les protagonistes d'*Olive et Tom*⁴⁹, qui, dans la version originale japonaise *Captain Tsubasa*⁵⁰, s'appellent Tsubasa et Genzô). La localisation cependant, ne concerne pas seulement la langue : elle est aussi une adaptation culturelle des contenus représentés. Ainsi, les cigarettes se voient remplacées par des sucettes (cet exemple est tiré de *One Piece* sur la chaîne de télévision américaine 4Kids, où le personnage Sanji « fume » une sucette⁵¹) et les verres d'alcool, par du jus d'orange (dans *Juliette, je t'aime*⁵², *Maison Ikkoku* en version originale⁵³) étant donné que les dessins animés étaient perçus, en Occident, comme des productions médiatiques à destination des enfants. En France comme aux États-Unis, l'arrivée des *anime* a suscité des plaintes de politiciens⁵⁴ (préoccupés par l'engouement des jeunes pour la culture populaire japonaise), d'associations de parents et de religieux (les petites bêtes démoniaques de *Pokémon* ont été critiquées par des évangélistes, alors que les démons font partie du folklore japonais et n'ont que peu à voir avec ceux que craignent l'Église⁵⁵). Cette adaptation culturelle des contenus représentés, qu'on pourrait qualifier de censure, continue d'exister, bien qu'elle paraisse aujourd'hui minoritaire dans l'ensemble de la production adaptée.

⁴⁹ *Olive et Tom*, Tsuchida Productions, 1983-1986.

⁵⁰ Yoichi Takahashi, *Captain Tsubasa*, Weekly Shônen Jump, 1981-1988.

⁵¹ RantNavTalksAnime, *Every Change 4kids Made to One Piece: Baratie Arc* [vidéo en ligne], consulté le 30 novembre 2023, URL: <https://youtu.be/PZfi1mNDTiM?si=IcvJ54s2iEg2utT6&t=216>.

⁵² *Juliette, je t'aime*, Studio Deen, 1986-1998.

⁵³ Rumiko Takahashi, *Maison Ikkoku*, Big Comic Spirits, 1980-1987.

⁵⁴ INA Politique, *Plateau Ségolène Royal* [vidéo en ligne], consulté le 12 septembre 2023, URL : https://youtu.be/8IFeTcDV2ng?si=EAOPMspzlN5JJC_1&t=294.

⁵⁵ Julien Lalu, « Pikachu diabolisé. Analyse des discours anti-Pokémon dans le monde chrétien », *Sciences et jeu* [en ligne], n° 15, 27 juin 2021, DOI : <https://doi.org/10.4000/sdj.3215>.



Figure 8 : Coffret DVD français de *Juliette, je t'aime*

Dans les années 1990, alors qu'apparaissent en Occident les premières boutiques vendant des mangas, dont des volumes importés et non traduits, certains fans, désormais conscients d'avoir eu accès jusque-là à des versions tronquées et localisées, se mettent à apprendre le japonais et à contribuer professionnellement à la traduction et à la publication des séries. C'est pourquoi, d'une part, les suffixes de politesse « *san*⁵⁶ », « *kun*⁵⁷ », « *chan*⁵⁸ », « *sama*⁵⁹ » ne sont plus laissés tels quels (puisque personne n'emploie ces termes en français) et que, d'autre part, certains mots sont laissés en japonais (ce qui évite d'interpréter le nom de l'attaque d'un personnage dans un manga d'action pour adolescents, par exemple⁶⁰) tout en étant accompagnés de notes du traducteur expliquant la signification des termes en langue originale. Les traductions sont parfois refaites

⁵⁶ « Monsieur » ; le terme s'utilise toujours après un prénom ou un nom pour témoigner du respect, autrement la relation est très familière voire intime.

⁵⁷ Équivalent non-traduisible ; ce suffixe s'emploie après le prénom d'un jeune garçon et est affectueux.

⁵⁸ Équivalent de « *kun* » pour une jeune fille.

⁵⁹ « Maître » ; on traduirait « *Yoda-sama* » par « Maître Yoda » tout simplement, mais à l'époque des premières adaptations occidentales, les traducteurs, qui se sont améliorés depuis, laissaient « *sama* ».

⁶⁰ Dans les mangas *shônen* d'action les plus populaires, comme *Dragon Ball*, *Naruto*, *One Piece* et *Bleach* pour ne citer qu'eux, les attaques lancées par les personnages portent des noms écrits en gras ; ces mêmes attaques sont très souvent criées par les personnages au moment où ceux-ci les utilisent, telles des incantations ou des sorts. Ces attaques peuvent être laissées en japonais ou traduites ; ainsi, le protagoniste du manga du même nom, *Naruto*, ne va pas crier seulement « *Rasengan !* » dans la version française, mais une appellation proposée par le traducteur, « L'orbe tourbillonnant ! », voire les deux formes accolées, « *Rasengan* : l'orbe tourbillonnant ! », ce qui est un peu long à crier à chaque fois et prend plus de place dans la page, de sorte que le texte masque une partie du dessin.

plusieurs années après la traduction initiale pour respecter davantage l'intention du mangaka, comme cela a été le cas, tout récemment, de *Racaille Blues*, rebaptisé *Rokudenashi Blues*⁶¹ (selon son titre japonais). Dans cette nouvelle traduction, l'accent marseillais (qui visait à montrer qu'un personnage était originaire d'Osaka et non de la capitale japonaise, Tokyo) est remplacé par un bégaiement à chaque fois que le personnage s'emballe, de manière à respecter davantage le texte original. Comme les termes japonais n'ont plus besoin d'être expliqués au lectorat, un équilibre a été trouvé entre les deux formules de traduction que sont la localisation (bien plus présente dans les premiers temps de l'adaptation occidentale du manga) et la *foreignization*. Par soucis d'authenticité, l'éditeur évite désormais de traduire un nom s'il n'a pas besoin de le faire ; en revanche, une expression ou une blague, sauf si elle est expliquée en note de bas de page (ce qui peut déstabiliser la lecture), a de bonnes chances d'être localisée (dans ce cas, un autre risque est aussi à prendre en considération, soit que la blague ou la traduction devienne démodée, comme cela peut être facilement le cas avec un nouveau mot d'argot, qui lui-même peut déjà déranger des lecteurs plus âgés).

Cependant, des polémiques subsistent toujours autour de certaines traductions, et ce, principalement du fait que lecteur peut avoir déjà lu des chapitres ayant fuités et ayant été traduits de façon amatrice sur Internet ; il peut ainsi s'être habitué à la terminologie utilisée et se montrer réfractaire à toute révision. Dans le cas du manga *One Piece*⁶², par exemple, l'imposant Katakuri a été rebaptisé « Dent-de-chien », pour respecter la véritable signification de son nom qui, selon l'éditeur Glénat⁶³, a été établie par le mangaka. Or, pour beaucoup de fans, le nom Katakuri sonne

⁶¹ Masanori Morita, *Rokudenashi Blues*, *Weekly Shônen Jump*, 1988-1997.

⁶² Eiichiro Oda, *One Piece*, *Weekly Shônen Jump*, 1997.

⁶³ S. a., « Glénat répond sur les choix de traduction dans *One Piece* », *Manga News* [en ligne], 8 janvier 2019, URL : <https://www.manga-news.com/index.php/actus/2019/01/08/Glenat-repond-sur-les-choix-de-traduction-dans-One-Piece>.

plus « cool » et paraît plus cohérent avec l'apparence intimidante et le regard de tueur du personnage, tandis que « Dent-de-chien », dont la majorité ignore qu'il s'agit du nom d'une fleur, sous-entend en réalité la nature plus douce de ce dernier (montrée plusieurs tomes après son introduction). À l'inverse, Glénat avait déjà renommé des personnages de ce manga (Ussop devenait « Pipo » et Sanji, « Sandy », dans une première traduction), avant de choisir de laisser les prénoms en japonais dans une deuxième traduction et donc un retour à une traduction plus fidèle (*foreignization*) après une traduction visant la localisation. La série *One Piece* n'a pas été choisie au hasard pour notre exemple : avec 108 volumes parus sur plus de vingt-cinq ans, cette série est devenue en 2015 la bande dessinée la plus vendue dans le monde, et plus de 500 000 exemplaires ont été écoulés jusqu'à aujourd'hui⁶⁴. Avec un prix unitaire de 7,20 euros par volume, il faut débourser, pour obtenir la collection intégrale imprimée, pas moins de 777,60 euros (en prenant en compte le prix d'un tome simple au Canada, cela revient à plus de 2 000 dollars). C'est un investissement qui explique que les fans soient moins cléments envers un choix de traduction déstabilisant pour un personnage déjà connu et apprécié⁶⁵.

Enfin, une autre difficulté pour le traducteur est que celui-ci ne peut pas toujours interpréter les sous-entendus, les jeux de mots et les nuances de la langue japonaise si la suite de la série en langue originale n'a pas encore été publiée. Le traducteur a besoin du contexte. Il va alors demander à l'éditeur japonais d'interroger le mangaka sur ce qu'il veut dire, mais l'explication peut rester floue et pour ne pas divulgâcher un élément scénaristique à venir, l'auteur peut aussi ne pas

⁶⁴ Rafael Antonio Pineda, « *One Piece* Manga Sets Guinness World Record With Over 500 Million Published », *AnimeNewsNetwork* [en ligne], 4 août 2022, URL: <https://www.animenewsnetwork.com/news/2022-08-04/one-piece-manga-sets-guinness-world-record-with-over-500-million-published/.188352>.

⁶⁵ S. a., « Glénat répond sur les choix de traduction dans *One Piece* », *art. cit.*

répondre à la demande du traducteur. Ainsi, la traduction, surtout lorsqu'elle est faite au fur et à mesure de la parution originale de la série, n'est pas toujours correcte.

Les traducteurs, d'abord invisibilisés si ce n'est en étant mentionnés dans les crédits au début (sur la première page dans le cadre des chapitres en ligne) et à la fin des livres, commencent progressivement à être reconnus, avec notamment le prix *Konishi*, qui est décerné annuellement depuis 2018 à la meilleure traduction de manga du japonais vers le français au Festival international de la bande dessinée d'Angoulême. Cependant, le travail des traducteurs reste relativement peu reconnu. Ces derniers traduisent plusieurs mangas en même temps, dans des délais parfois très courts, comme c'est le cas pour les chapitres traduits sur les plateformes numériques *MANGA Plus* et *Shonen Jump Manga & Comics*, étudiées dans le deuxième chapitre de cet essai. Comme nous le disions précédemment, il est difficile de ne trahir ni l'œuvre en version originale ni les intentions des mangaka ; les écueils de traduction suscitent parfois des critiques récurrentes de la part d'une minorité bruyante sur les réseaux sociaux, allant jusqu'au cyberharcèlement (une traductrice de Glénat avait ainsi supprimé son compte sur X⁶⁶). En dehors des remarques de la communauté de fans, il existe également une fragilisation du métier avec l'emploi d'intelligences artificielles pour éviter les coûts de traduction de l'éditeur. Les inquiétudes ne se limitent pas aux éditeurs francophones ou anglophones, mais touchent également les acteurs japonais, puisque l'éditeur Shôgakukan⁶⁷ a eu recours aux services de la compagnie Orange.inc, créée en 2021 et spécialisée dans la traduction par intelligence artificielle⁶⁸.

⁶⁶ *Ibid.*

⁶⁷ À l'origine de Shûeisha, qui édite les magazines *Jump*, dont les chapitres de mangas sont publiés sur les deux plateformes citées plus haut.

⁶⁸ Crystalyne Hodgkins, « Orange Inc. to Release e-Bookstore Service *emaqi* Featuring Manga This Summer », *AnimeNewsNetwork* [en ligne], 7 mai 2024, URL: <https://www.animenewsnetwork.com/news/2024-05-07/orange-inc-to-release-e-bookstore-service-emaqi-featuring-manga-this-summer/.210484>.



Figure 9 : Miyako Slocombe, primée en 2021 pour sa traduction de *Tokyo Tarareba Girls* de Akiko Higashimura. Photo de Frédéric Toutlemonde

III. La numérisation des mangas

Au début des années 2000, le Japon est à la fine pointe de la technologie, notamment dans le domaine des téléphones cellulaires. Ceux-ci y sont plus performants qu'ailleurs dans le monde et offrent un accès à des contenus Internet adaptés aux petits écrans. Les magazines de mangas imprimés lus dans le métro se trouvent progressivement remplacés par des applications proposant la lecture sur téléphone mobile⁶⁹. Ce phénomène continue encore aujourd’hui et le succès des magazines numériques⁷⁰ fait en sorte que des alternatives aux mangas imprimés se sont développées également dans le reste du monde depuis les années 2010. Les plateformes numériques

⁶⁹ S. a., « Japanese and European Mobile Are Not So Different, But Europe's Operators Have A Lot To Learn, Forrester Argues », *Forrester* [en ligne], 15 novembre 2001, URL: <https://www.forrester.com/press-newsroom/japanese-and-european-mobile-are-not-so-different-but-europees-operators-have-a-lot-to-learn-forrester-argues/>.

⁷⁰ Haruyuki Nakano, « Le manga sur portable : la locomotive du commerce de la bande dessinée digitale au Japon » [traduit du japonais par Julien Bouvard.], dans Morgan di Salvia et Pascal Lefèvre (dir.), *Bande dessinée et illustration en Belgique : État des lieux et situation socio-économique du secteur*, Bruxelles, SmartBe, novembre 2010, p. 125-138.

internationales de diffusion du manga que nous allons analyser dans le deuxième chapitre de cet essai n'existaient pas il y a à peine six ans. Elles sont les conséquences directes d'une volonté de lutter contre le piratage.

La communauté de lecteurs est vaste, et communique aujourd’hui activement avec les maisons d’édition par le biais des réseaux sociaux (chacune possédant un compte X actif), selon des pratiques que l’on observe, de façon plus générale, dans la culture fanique en ligne et chez les jeunes lecteurs. Parmi les plus grosses maisons d’éditions francophones spécialisées dans le manga, on compte Glénat⁷¹, Pika⁷², Ki-oon⁷³, Crunchyroll⁷⁴ (anciennement Kazé) et Kurokawa⁷⁵, mais il y en a plus de vingt. Elles promeuvent les titres qu’elles distribuent via des créateurs de contenu sur YouTube et Tik-Tok, mais aussi par elles-mêmes, en proposant, sur Twitch, des vidéos en direct, thématiques ou centrées sur une série, en expliquant comment s’organise la maison ou en partageant les nouveautés et en créant des concours à travers des « *stories* » Instagram. Ces éditeurs sont souvent présents sur de multiples réseaux sociaux populaires et dès lors, leur propre site, à moins de proposer la lecture de chapitres, devient une vitrine plutôt secondaire parmi leurs modes de présence en ligne.

L’engouement des fans non-japonais de mangas et d’*anime* sur Internet est de plus en plus récompensé par les éditeurs japonais, qui ajoutent parfois des sous-titres en anglais à des épisodes publiés sur leurs chaînes YouTube. Pendant la pandémie de COVID-19, des sous-titres étaient également ajoutés à certaines conférences en direct dédiées au futur de séries populaires (bien que

⁷¹ https://x.com/Glenat_Manga.

⁷² <https://x.com/pikaedition>.

⁷³ https://x.com/ki_oon_Editions.

⁷⁴ https://x.com/CRManga_FR.

⁷⁵ <https://x.com/Kurokawa>.

la qualité des sous-titres laisse penser à une utilisation intensive d'outils de traduction automatisée).

Avant 2015, les fans étrangers n'avaient pas accès aussi facilement à ces contenus proposés par les éditeurs japonais puisque ceux-ci n'étaient diffusés que sur des sites web en japonais.

Depuis 2019, les éditeurs japonais de mangas s'adressent directement aux publics internationaux : ils commencent à publier eux-mêmes des chapitres traduits en anglais sur Internet, sans nécessairement passer par un éditeur étranger. Comme nous allons le voir maintenant, cette voie a été ouverte par les *webtoons*, les bandes dessinées sud-coréennes en ligne.

IV. Le concurrent coréen, des *manhwas* aux *webtoons*

Le *webtoon* connaît un succès bien plus récent que le manga au niveau mondial, mais la bande dessinée coréenne en format imprimé l'a précédé, c'est-à-dire le *manhwa* (un terme dont la signification, en coréen, est identique à celle de manga en japonais, soit « bande dessinée »). Le *manhwa* est publié en noir et blanc, comme le manga, mais il se lit de gauche à droite.

Jimmyn Parc, Hongjin Park et Kyuchan Kim, qui tracent l'histoire du *manhwa* dans un article publié en 2023⁷⁶, divisent l'histoire du *manhwa* en six périodes clés : l'occupation japonaise (1910-1945), l'après (de 1945 aux années 1950), la dictature militaire des années 1960 aux années 1970, la stabilité économique du pays dans les années 1980, la démocratisation et l'informatisation du pays dans les années 1990, et enfin les années 2000 jusqu'à nos jours, au cours desquelles s'installe le *webtoon* dans le paysage de la bande dessinée.

⁷⁶ Jimmyn Parc, Hongjin Park et Kyuchan Kim, « The lagged Development of the Korean Manhwa Industry from 1910 to the Present: The Formation of Negative Perceptions », *Archiv Orientalni*, vol. 91, n° 1, 1^{er} juillet 2023, p. 169-192, DOI: 10.47979/aror.j.91.1.169-196.

Les auteurs expliquent qu'avant l'occupation nippone de la Corée de 1910 à 1945, la bande dessinée coréenne n'a pas eu le temps de se développer. Ils rapportent qu'un seul dessinateur est connu comme ayant commencé à faire de la bande dessinée en 1909, Lee Do-yeong, qui s'inspirait des caricatures occidentales transmises via le Japon. Pendant l'occupation, le gouvernement japonais surveille les productions culturelles, susceptibles de le critiquer, et dans la bande dessinée, on ne retrouve que des *manhwas* comiques enfantins, ou encore des caricatures politiques dans les journaux de propagande japonaise, pour affirmer la supériorité technologique des Japonais et le retard des Coréens. Ainsi, à la sortie de l'occupation, les élites du pays jugent les *manhwas* abrutissants et rappellent leur caractère propagandiste. Les enfants, quant à eux, sont les principaux consommateurs de ce type de publication et il y a tout de même un engouement pour celles-ci jusqu'à la guerre de Corée en 1950. Entre 1950 et 1953, le *manhwa* est de nouveau utilisé comme propagande, contre le régime communiste cette fois-ci, mais une production à visée de divertissement seulement se poursuit du côté de la ville de Busan, tout au sud, qui n'a pas été capturée par les communistes. À l'époque, il n'y pas encore de grands magazines dédiés à la bande dessinée, pas de séries non plus, seulement des livrets indépendants. Alors que des boutiques de location de *manhwas* apparaissent (ce qu'a également connu le Japon des années auparavant avec les *akahon*, les premiers mangas, pour enfants) et qu'il y a une hausse significative de la demande, les livrets uniques ne suffisent pas à créer un lectorat fidèle ou des communautés de fans, et les éditeurs coréens créent alors une multitude d'histoires et de personnages ; cette prolifération entraîne une baisse de la qualité avec des histoires incohérentes et pleines d'erreurs. La production étant devenue trop grossière (il y a également plus de contenu violent, des fautes d'orthographe), le gouvernement coréen se met à la réguler. Pour faire face à ce contrôle du marché, les éditeurs se décident à pirater et plagier des mangas (comme il n'y a pas encore de relation diplomatique officielle avec le Japon à cette époque, les éditeurs coréens n'ont pas à s'inquiéter juridiquement).

Comme beaucoup de mangas japonais piratés exposaient du contenu explicitement sexuel aux yeux du jeune lectorat, la critique négative du peuple coréen et du gouvernement vis-à-vis des *manhwas* s'est encore intensifiée. À tel point qu'au début des années 1960, alors qu'il y a une augmentation du nombre de bandes dessinées critiquant les politiciens et qu'une nouvelle dictature militaire prend le pouvoir, cette dernière appelle le peuple, les enseignants et les étudiants à brûler les *manhwas* (Jimmyn Parc, Hongjin Park et Kyuchan Kim font un parallèle avec une situation similaire aux États-Unis où des *comics* étaient brûlés dans les années 1940⁷⁷).

Alors que le *manhwa* décline, les années 1970 sont marquées par l'animation coréenne. Le gouvernement sud-coréen intervient directement dans la production télévisée et filmique, demandant que les productions mettent en avant l'affrontement du bien (la Corée du Sud) contre le mal (la Corée du Nord, le communisme). Les films connaissent du succès, mais sont aussi soupçonnés d'être des copies de productions déjà existantes au Japon (par exemple *Mazinger Z*⁷⁸).

Dans les années 1980, un nouveau gouvernement arrive au pouvoir et juge les séries d'animation et films de science-fiction « absurdes » et sans intérêt éducatif. Les éditeurs de *manhwas* tentent alors leur chance en multipliant les genres avec de la romance, du sport et autres. Park, Park et Kim parlent de « renaissance du *manhwa*⁷⁹ » et expliquent que le lectorat s'élargit. Les *manhwas* ne visent plus seulement les enfants, mais aussi les personnes âgées et les jeunes femmes⁸⁰ – le public du *manhwa* est d'emblée plus féminin que celui du manga.

Avec la démocratisation de la Corée du Sud dans les années 1990, le pays ouvre une relation diplomatique avec le Japon et importe enfin légalement des mangas. De ce fait, les séries les plus

⁷⁷ *Ibid.*, p. 174.

⁷⁸ Tomoharu Katsumata, *Mazinger Z*, Toei Animation, 1972-1074. Exemple cité dans *ibid.*, p. 182.

⁷⁹ *Ibid.*, p. 181.

⁸⁰ *Ibid.*, p. 184.

populaires au Japon, comme *Dragon Ball*⁸¹ ou *Slam Dunk*⁸², le deviennent aussi en Corée du Sud et prennent le dessus sur les séries coréennes. Les artistes coréens sont de nouveau en difficulté.

C'est à la fin des années 1990 que le président de l'époque met à exécution le plan « *Cyber Korea 21* », qui améliore les réseaux Internet dans l'optique d'appuyer le développement économique du pays. Grâce à cette initiative, les auteurs de *manhwas* peuvent partager leurs œuvres en ligne. Finalement, c'est le portail web Daum (équivalent de Yahoo), fondé en 1995, qui va promouvoir la lecture en ligne de *webtoons* ; dans ce but, il lancera un service dédié Daum *Webtoon* en 2003. Le succès des *webtoons* à l'international est vraiment tout récent, puisque ces productions sont disponibles en anglais depuis 2014 et la plus grosse plateforme, *WEBTOON* de Naver, propose une version française seulement depuis 2019.

Ce chapitre a retracé l'histoire des bandes dessinées japonaises et sud-coréennes, de leurs origines au début du XX^e siècle et à leur transition numérique au début du XXI^e siècle. Nous avons vu comment, par une stratégie de diffusion transmédia, notamment par le biais des adaptations télévisées, et par le développement de l'édition spécialisée américaine et européenne, puis des communautés formées sur Internet, ces productions culturelles ont réussi à s'installer durablement dans le paysage médiatique des pays occidentaux.

À la suite de cette mise en contexte, nous examinerons plus en profondeur la problématique de cet essai en analysant les plateformes numériques asiatiques qui dominent le marché depuis 2018 et en montrant comment les industries du manga et du *webtoon* continuent de se transformer et de s'adapter à leur époque, une époque connectée et multiculturelle.

⁸¹ Akira Toriyama, *Dragon Ball*, *Weekly Shônen Jump*, 1984-1995.

⁸² Takehiko Inoue, *Slam Dunk*, *Weekly Shônen Jump*, 1990-1996.

CHAPITRE II

LES ÉDITEURS À L'ÉPREUVE DES ÉCRANS

La bande dessinée, en tant que récit dessiné, n'est pas un genre uniforme : chaque pays l'a décliné à sa manière, non seulement dans son format, mais aussi dans son contenu. On peut ainsi citer les *comics* américains, la bande dessinée franco-belge, le *tebeo* espagnol ou le manga japonais comme autant de déclinaisons culturelles bien distinctes de la bande dessinée.

L'essor de la bande dessinée numérique asiatique, et particulièrement du manga, s'explique en grande partie par le niveau de développement technologique de cette région. En guise d'exemple, le Japon, au début des années 2000, avait, ainsi qu'on l'a évoqué, une avance incontestable sur le reste du monde en matière de téléphonie mobile, et la lecture papier des magazines a été concurrencée au profit d'un support numérique, les applications de lecture. Le voisin coréen et ses bandes dessinées, les *manhwas*, connaissent la même évolution, grâce au développement des réseaux Internet et de l'utilisation du PC. Le développement technologique favorise la publication des *webcomics* coréens, dits *webtoons*, sur les portails web des grandes compagnies de communication telles que Kakao et Naver Corporation.

Bien que le manga soit la bande dessinée dominante en Asie, la Corée du Sud arrive depuis les années 2000 à s'imposer et à le concurrencer dans le domaine du numérique avec le *webtoon*. Aujourd'hui, ce dernier représente un sérieux concurrent pour le manga. C'est pourquoi, dans ce chapitre, nous examinerons ces deux modèles qui dominent en Asie, leurs différences, mais aussi la manière dont ils se sont influencés mutuellement. Pour ce faire, nous examinerons tout d'abord

les plateformes numériques de manga *MANGA Plus* et *Shonen Jump Manga & Comics*, puis nous considérerons la plateforme *WEBTOON*, afin de comparer les modèles de diffusion internationale numérique du manga et du *webtoon* sur le plan de l'offre, des modalités de lecture, de l'ergonomie des applications, des systèmes d'abonnement et de l'affordance. Ce chapitre se conclut sur un troisième temps qui se penche sur l'influence réciproque entre les deux modèles.

I. L'offre numérique de Shûeisha dans le monde

L'éditeur Shûeisha, fondé en 1926, est le leader du manga au Japon. Il possède plusieurs magazines de prépublication. En 2022, cette maison d'édition réalisait un chiffre d'affaires atteignant presque les 1,3 milliards de dollars américains⁸³. La popularité croissante des différentes plateformes numériques diffusant des *webtoons* coréens et la concurrence déloyale des sites pirates de mangas ont été un moteur pour que l'éditeur japonais tende à développer sa propre offre numérique. Celle-ci a aussi pour objectif de s'adresser aux lecteurs au-delà du Japon.

1.1. Le développement de l'offre numérique du *Jump* à l'extérieur du Japon

Dès 2013, Shûeisha lançait l'application « *Jump Live* ». Disponible sur IOS et Android, elle proposait la lecture à l'écran des chapitres des mangas du magazine le plus populaire de l'éditeur, le *Weekly Shônen Jump*, ainsi que la lecture de mangas exclusifs⁸⁴ (comme *éiDLIVE*⁸⁵, manga qui

⁸³ Bureau International de l'Édition Française, *L'édition au Japon en chiffres*, bief.org [en ligne], novembre 2023, URL : https://www.brief.org/fichiers/operation/4043/media/9518/JAPON_2023.pdf.

⁸⁴ Mangas non disponibles dans le magazine papier de prépublication hebdomadaire *Weekly Shônen Jump* auquel ils sont affiliés.

⁸⁵ Akira Amano, *éiDLIVE*, *Shônen Jump+*, 2013-2018.

a la particularité d'être entièrement en couleur). Les utilisateurs devaient payer 300 yens pour chaque numéro, un prix légèrement supérieur à celui du magazine imprimé, ou pouvaient également prendre un abonnement mensuel de 900 yens. Ce service ne fut pas un succès⁸⁶.



Un an plus tard, Shûeisha, qui n'avait pas abandonné l'idée de proposer l'accès au contenu du *Weekly Shônen Jump* en format numérique, lançait la plateforme *Shônen Jump+*, sous forme d'application mobile et de site web. Cette nouvelle offre s'adressait non seulement au marché japonais, mais également à l'Amérique du Nord⁸⁷, à la Corée du Sud et à la Chine.

⁸⁶ 藤井涼, « 少年ジャンプ副編集長に聞く「電子版」の狙い--ジョジョ新作や作家発掘も », *CNET Japan* [en ligne], 1^{er} novembre 2014, URL : <https://japan.cnet.com/article/35055955/>.

⁸⁷ Canada et États-Unis.

Par ailleurs, à travers sa filiale américaine « VIZ media », Shûeisha a aussi créé une autre version du *Weekly Shônen Jump*, nommée simplement *Shonen Jump*. Elle se différenciait du magazine original par le fait qu'il s'agissait d'une anthologie papier paraissant mensuellement entre 2003 et 2012 aux États-Unis seulement. VIZ a par la suite créé son propre *Weekly Shônen Jump* numérique, se voulant la copie numérique conforme du magazine japonais, donnant accès aux chapitres de celui-ci deux semaines après leur parution au Japon, puis en simultané dès 2013. Les lecteurs pouvaient alors acheter chaque numéro numérique à sa sortie ou souscrire à un abonnement annuel. Ce service s'est arrêté en 2018, ou plutôt la transition s'est faite vers la version nord-américaine de *Shônen Jump+ : Shonen Jump Manga & Comics*.

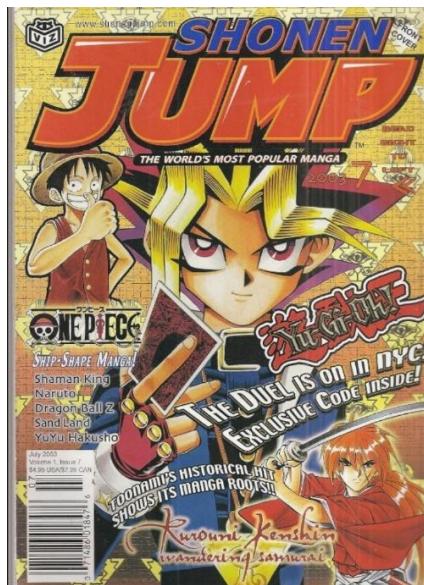


Figure 12 : Couverture du *Shonen Jump* américain

Ce n'est qu'en 2019 que l'offre numérique de Shûeisha cherche à conquérir un marché véritablement mondial à travers une nouvelle plateforme, *MANGA Plus*, proposant dans un premier temps les mangas en anglais, puis peu après en espagnol ainsi qu'en sept autres langues dont le

français (seulement à partir de 2021)⁸⁸. *MANGA Plus* comptait plus de 6 millions de lecteurs mensuels en 2022, selon son rédacteur en chef adjoint⁸⁹. Si son catalogue n'est pas aussi important que celui de *Shonen Jump Manga & Comics*, l'attraction des deux plateformes repose essentiellement sur le fait qu'il est possible d'y lire les trois premiers et les trois derniers chapitres des mangas prépubliés dans le *Weekly Shônen Jump* gratuitement et chaque semaine ; lorsqu'un nouveau chapitre d'un manga sort, le quatrième plus récent n'est plus consultable.

Ce service en ligne offert par un éditeur fournit un exemple classique d'entreprise voulant embrasser la technologie et les nouveaux modes de consommation de contenu pour maintenir ses revenus, voire les accroître, ne pas subir la concurrence d'un nouvel acteur dans le secteur et lutter contre les sites pirates.

1.2. Étude des plateformes *Shonen Jump Manga & Comics* et *MANGA Plus*

Les deux plateformes, *Shonen Jump Manga & Comics* et *MANGA Plus* sont similaires à quelques détails près. La première précède la seconde et vise un lectorat américain (États-Unis et Canada), tandis que l'autre est accessible au niveau mondial. Il faut noter que *MANGA Plus* est consultable en Amérique, mais que *Shonen Jump Manga & Comics* ne l'est pas en dehors de l'Amérique du Nord. Les deux possèdent une application mobile et sont présentes sur le web (*MANGA Plus* a son propre site, tandis que *Shonen Jump Manga & Comics* est une section du site

⁸⁸ Les autres langues sont le thaï, le portugais, l'indonésien, le russe, l'allemand et le vietnamien.

⁸⁹ ジャンプ・デジタルラボ/少年ジャンプ+, « 海外の漫画ファンってどんな人? 「MANGA Plus」のユーザーアンケート結果を公開してみます。 », 20 octobre 2022, note [en ligne], URL : <https://note.com/jumpdigitallab/n/n57115650f03a>.

de VIZ). Les chapitres sont accessibles directement en ligne ; il n'y a pas de pop-up, le lecteur n'est pas renvoyé vers un autre logiciel comme Acrobat Reader.

Il est très facile pour les jeunes adolescents (la principale cible éditoriale⁹⁰) d'accéder aux plateformes puisque les utilisateurs n'ont même pas besoin de créer de compte. Les séries sont mises en avant dans la page d'accueil du site web et de l'application sous forme de miniatures. De plus, les options de paramétrage étant peu nombreuses, l'utilisateur a peu de chances d'être perdu dans sa prise en main. Pour la consultation web, si changer de page avec la souris ne plaît pas au lecteur pendant sa lecture d'un chapitre, il peut également utiliser les touches directionnelles (les flèches en bas à droite des claviers d'ordinateurs).

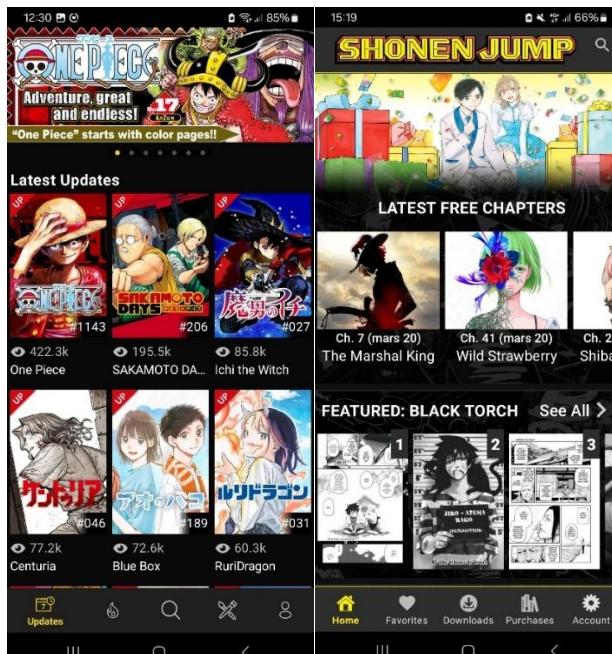
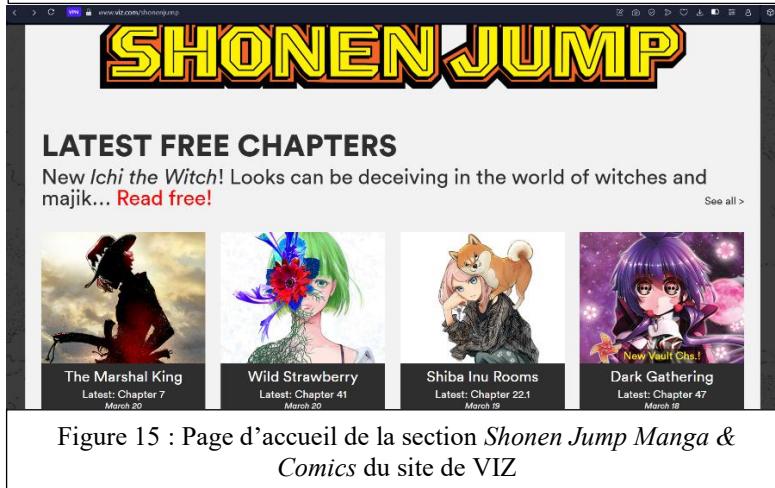


Figure 13 : Accueil de l'application *MANGA Plus* à gauche et accueil de l'application *Shonen Jump Manga & Comics* à droite

⁹⁰ Rappelons que le terme « *shônen* », inclus dans le titre de la plateforme de VIZ comme dans le magazine japonais *Weekly Shônen Jump*, signifie « jeune homme » ou « adolescent ».

Figure 14 : Page d'accueil du site *MANGA Plus*Figure 15 : Page d'accueille de la section *Shonen Jump Manga & Comics* du site de VIZ

L'image est de bonne résolution, optimisant la lecture. *MANGA Plus* offre la possibilité de lire les chapitres à la verticale (de haut en bas) ou à l'horizontale (de droite à gauche)⁹¹. C'est une réponse directe de la part de Shûeisha au format du *webtoon*, qui défile de haut en bas, comme on le verra plus loin. Madame Yukari Shiina, représentante du Ministère de la Culture japonais, a d'ailleurs souligné au cours d'un entretien en octobre 2022 qu'aux États-Unis, cette lecture en défilement vertical est très populaire⁹². Cependant, la lecture n'est pas aussi fluide que sur les

⁹¹ Pour *Shonen Jump Manga & Comics*, seule la lecture horizontale est disponible.

⁹² Valentin Paquot, « “Nous voulons convaincre les éditeurs internationaux de la richesse culturelle du manga” », *L'Internaute* [en ligne], 25 octobre 2022, URL : <https://www.linternaute.com/livre/mangas/2671512-nous-voulons-convaincre-les-editeurs-internationaux-de-la-richesse-culturelle-du-manga/>.

plateformes de *webtoons*, dans la mesure où on observe tout de même une délimitation des pages sur *MANGA Plus*, au lieu d'une image (bande) continue.

Pour ce qui est du catalogue, la marque *Jump* retentit auprès des fans de mangas puisque les magazines qui comportent ce mot dans leurs titres publient les mangas les plus connus. Par conséquent, *Shonen Jump Manga & Comics* ou *MANGA Plus* suffisent à satisfaire la plupart des consommateurs de mangas. Si tous les mangas des différents magazines de la marque *Jump* ne sont pas proposés, il n'en reste pas moins que la bibliothèque est des plus fournies avec notamment les mangas les plus populaires. On y trouve également la réédition de classiques dont la prépublication s'est terminée il y a des années (toujours avec la même formule de mise à disposition de trois chapitres à la fois, avec la suppression du plus ancien lorsqu'un quatrième arrive).

De plus, certains mangas du magazine numérique *Shonen Jump+* sont accessibles en entier (c'est-à-dire la totalité des chapitres), comme *Kaiju n° 8*⁹³ et *Spy x Family*⁹⁴, avant même que leurs droits d'exploitation soient acquis par la maison d'édition responsable jusqu'alors des traductions anglaises, VIZ Media. En effet, Shûeisha n'attend pas l'intervention de l'éditeur anglophone et emploie directement des traducteurs de son côté. Ainsi, les chapitres de chaque manga sont assurément disponibles en anglais sur les deux plateformes dès le début de leur sortie au Japon. Cependant, bien que *MANGA Plus* se veuille de diffusion mondiale, il n'en est pas de même dans les autres langues que l'anglais. Si nous prenons l'exemple francophone, une des difficultés rencontrées par les éditeurs japonais et français est liée à la propriété intellectuelle, régie par des lois qui varient selon les pays. Par exemple, en France, le traducteur jouit de certains droits

⁹³ Naoya Matsumoto, *Kaiju n° 8*, *Shônen Jump+*, 2020-en cours.

⁹⁴ Tatsuya Endô, *Spy x Family*, *Shônen Jump+*, 2019-en cours.

d'auteurs et sans son autorisation, la publication ne peut pas être mise en ligne⁹⁵. Obtenir cette autorisation représente des délais supplémentaires et peut expliquer le nombre modeste de mangas en français sur cette plateforme, alors qu'il s'agit du deuxième marché mondial. Les traductions françaises disponibles proviennent des traducteurs officiels opérant déjà pour les maisons d'éditions françaises Ki-oon, Glénat, Crunchyroll (anciennement Kazé) et Kana⁹⁶. L'éditeur Kurokawa, qui détient les droits des mangas populaires *Spy x Family* et *Oshi no Ko*⁹⁷, ne fournit quant à lui pas de traduction française de ses titres présents sur la plateforme⁹⁸. La même chose se vérifie pour le jeune éditeur Mangetsu qui a récemment acquis les droits pour *Ron Kamonohashi Deranged Detective*⁹⁹. De plus, depuis le début d'année 2022, pour célébrer le troisième anniversaire de *MANGA Plus*, il a été rendu possible de lire gratuitement l'ensemble des chapitres d'une sélection de mangas en cours (certains gros titres proposant plus d'une centaine de chapitres). Cependant, comme le souligne le titre de la rubrique en anglais¹⁰⁰ – « *First Read Free* » –, à moins de supprimer le cache de l'application sur notre téléphone intelligent¹⁰¹, nous ne pouvons lire gratuitement les chapitres intermédiaires qu'une seule fois.

Malgré son riche catalogue, *MANGA Plus* n'est pas exempt de défauts si l'on examine l'expérience de lecture de l'usager. Le principal problème de l'affichage numérique sur l'application est que les doubles-pages ne s'affichent pas toujours ensemble. Dans un livre relié, la

⁹⁵ Valentin Paquot, « Manga Plus : dans les coulisses de la nouvelle plateforme gratuite », *L'Internaute* [en ligne], 27 septembre 2021, URL : <https://www.linternaute.com/livre/mangas/2570292-manga-plus-dans-les-coulisses-de-la-nouvelle-plateforme-gratuite/>.

⁹⁶ Kana est belge.

⁹⁷ Aka Akasaka, Yokoyari Mengo, *Oshi no Ko*, *Weekly Young Jump*, 2020-2024.

⁹⁸ Bien que leurs noms soient des mots japonais ou à consonnance japonaise, chaque maison d'édition citée ici est une maison d'édition francophone (française et belge). Les mangas en question ne sont pas originaires des éditeurs francophones, seules les traductions le sont. Les mangas sont originaires du même éditeur japonais Shûeisha.

⁹⁹ Akira Amano, *Ron Kamonohashi : Deranged Detective*, *Shônen Jump+*, 2020-en cours.

¹⁰⁰ L'offre ne concerne que la lecture des chapitres en anglais ; lorsqu'on sélectionne la langue française il est indiqué : « Notre licence actuelle nous interdit de publier les chapitres intermédiaires ».

¹⁰¹ C'est aussi simple que cela pour contourner la restriction en toute légalité.

reliure peut gêner la visibilité des planches en doubles-pages (qu'elle vient trancher ; certains dessinateurs qui jouent sur le découpage en sont conscients, mais tous n'y prêtent pas attention). Or, dans l'application, si on lit à la verticale, la double-page, généralement formée de deux pages placées côte à côte à l'horizontal, entre lesquelles se dessine une continuité graphique, sera segmentée en deux parties, une page en haut et une page en bas. Le format fait partie de l'expérience de lecture et celle-ci s'en retrouve grandement affectée.

En ce qui concerne *Shonen Jump Manga & Comics*, le zoom du lecteur proposé sur l'application pour téléphone intelligent est très limité en comparaison de celui de *MANGA Plus*, qui a été amélioré. L'usager tape une ou deux fois sur l'écran et le zoom est brutal. Il est très difficile, voire impossible, d'agrandir précisément la partie de la planche sur laquelle on souhaite s'attarder, contrairement à un manga imprimé où on peut rapprocher notre tête pour bien observer les cases et les bulles de dialogue.

Malgré ses défauts, *MANGA Plus* est un succès, en attestent les déclarations du rédacteur en chef adjoint, Yuta Momiyama¹⁰². Ce dernier, à la surprise de tous, avait d'ailleurs félicité sur X (anciennement Twitter) l'équipe du site pirate Scantrad France (un des plus connus en France) pour avoir stoppé leurs traductions des mangas légalement disponibles sur *MANGA Plus*, avec l'arrivée du français sur la plateforme¹⁰³ (soulignons qu'avant cela, les francophones ne parlant pas d'autre langue étaient privés de ce contenu, d'où la prolifération des traductions pirates). Effectivement, si les éditeurs français avaient, ces dernières années, resserré leur contrôle pour que plusieurs sites pirates cessent leurs activités (par l'envoi de courriels menaçant d'initier des procès), nombreux

¹⁰² « ジャンプ・デジタルラボ/少年ジャンプ+、「海外の漫画ファンってどんな人? 「MANGA Plus」のユーザーアンケート結果を公開します。」, 20 octobre 2022, note [en ligne], URL : <https://note.com/jumpdigitallab/n/n57115650f03a>.

¹⁰³ <https://x.com/momiyama2019/status/1442201600789868551>.

sont les traducteurs amateurs qui n'attendaient, semble-t-il, qu'une sortie légale, gratuite et rapide, accessible au plus grand nombre, pour cesser leurs activités. Scantrad France a depuis fermé, mais dans ses derniers temps d'existence, le site mettait sur sa page d'accueil des liens sous les intitulés de chapitres renvoyant directement à *MANGA Plus*¹⁰⁴.

Le vrai succès de Shûeisha est ainsi d'avoir combattu le piratage à travers des plateformes numériques accessibles, performantes et fournies en contenu riche. Comparativement aux mangas diffusés par ces plateformes, les scans illégaux sont généralement moins lisibles, les pages en sont moins propres, parfois comme si l'encre bavait, et la traduction, très approximative, comporte souvent des contre-sens (d'autant qu'elle est effectuée majoritairement depuis l'anglais pour la plupart des « équipes de scantrad » françaises). La demande des fans de mangas, qui est de ne pas attendre des mois avant de lire les chapitres et découvrir de nouveaux titres, est désormais respectée, ce qui a l'avantage de permettre aux éditeurs (japonais comme étrangers) et aux mangaka de prendre plus rapidement la mesure de la réception des séries.

Cependant, un concurrent, l'éditeur japonais de jeux vidéos et de mangas Square Enix, qui a lancé à l'été 2022 son application en anglais *Manga UP!*, n'a pas rencontré le même succès¹⁰⁵. Alors que le public international attendait un concurrent sérieux pour *Shonen Jump Manga & Comics* et *MANGA Plus*, *Manga UP!*, plus que décevante, a été vivement critiquée à cause d'un système d'achat de points ne permettant de lire qu'un nombre limité de chapitres de mangas par jour, l'accès au reste du catalogue étant bloqué. Un autre élément irritant a été la présence

¹⁰⁴ Nous pouvons voir sur cette page archivée du site Scantrad plusieurs mangas publiés sur *MANGA Plus* comme *Chainsaw Man*, *Mashle* et *Jujutsu Kaisen* et si l'on clique sur le chapitre proposé, on est directement renvoyé sur la page source de ces chapitres : <https://web.archive.org/web/20220719154101/https://scantrad.net/>.

¹⁰⁵ Richard Eisenbeis, « Manga Up! Censors Everything from Cleavage to... Knees !? », *AnimeNewsNetwork* [en ligne], 29 juillet 2022, URL: <https://www.animenewsnetwork.com/interest/2022-07-29/manga-up-censors-everything-from-cleavage-to-knees/.188135>.

importante de la censure dans de nombreux chapitres qu'elle propose. Le principal éditeur de manga concurrent de Shûeisha, Kôdansha, et sa plateforme sortie au printemps 2023, *K MANGA* (disponible jusqu'en octobre 2024 uniquement aux États-Unis, mais depuis également au Canada, en Australie, en Nouvelle-Zélande et à Singapour) sont aussi critiqués pour un système de déblocage de chapitres par points, au lieu d'avoir proposé, comme *MANGA Plus* et *Shonen Jump Manga & Comics*, des abonnements peu chers permettant un accès presque illimité à tout le contenu de la plateforme pendant un mois.



Figure 16 : Des internautes s'indignent sur X de la censure d'un genou (entre autres) lors de leur lecture d'un manga publié sur *Manga UP!* suite à un *mea culpa* publié par le compte officiel de la plateforme adressant les plaintes liées aux censures présentes

Signe du succès rencontré, plusieurs mangas sur les plateformes de Shûeisha ont déjà été en tendance sur X (au Japon et ailleurs) toute une journée ou plus grâce à l'intérêt qu'ils ont suscité dès leur lancement. L'engouement calculé par les algorithmes permet aussi de s'en rendre compte et d'attirer les curieux qui viennent à leur tour gonfler les rangs des lecteurs. Ces derniers peuvent alors promouvoir des séries pas encore publiées dans leurs langues et donc faciliter le travail des éditeurs locaux lorsqu'ils annonceront leurs acquisitions des licences. De nouveaux mangas sont

ajoutés sur les plateformes de façon régulière. Les histoires en un seul épisode (généralement moins de cinquante pages), gagnantes de concours organisés par Shûeisha, publiées dans les magazines imprimés, et pouvant être sérialisées par la suite, ne sont pas systématiquement mises sur les deux plateformes. D'autres séries populaires (en dehors du *Weekly Shônen Jump*) ne sont pas non plus accessibles et, alors que les options d'abonnements sont encore nouvelles pour *MANGA Plus*¹⁰⁶, ses lecteurs souhaiteraient accéder à un catalogue aussi fourni que celui de la plateforme nord-américaine *Shonen Jump Manga & Comics*. Effectivement, pour cette dernière, un abonnement au coût de 3,99 \$ CA par mois est disponible¹⁰⁷, renouvelé automatiquement, permettant de débloquer jusqu'à cent chapitres par jour (sur une base de données qui en comprend plus de 15 000). Cet abonnement permet également de conserver jusqu'à cent chapitres téléchargés (retirés automatiquement au-delà de sept jours). Il est tout de même possible de télécharger des chapitres gratuits, mais cette option n'existe pas avec *MANGA Plus* pour le moment.

Par ailleurs, depuis octobre 2023, il est possible sur *MANGA Plus* de souscrire à un abonnement au coût de 2,59 \$ CA pour lire les séries en cours de publication seulement, soit jusqu'à plus de 6 000 chapitres, ou au coût de 6,49 \$ CA par mois pour l'abonnement « Deluxe », qui comprend des séries terminées, pour un total de « plus de 15 000 chapitres » disponibles. Or, comme nous l'avons dit plus tôt, malgré un nombre identique de chapitres disponibles annoncés, plusieurs longues séries (à succès) présentes dans la base de données de *Shonen Jump Manga & Comics*, telles *D.Gray-Man*¹⁰⁸ (en cours, dans un magazine à parution trimestriel de Shûeisha) et

¹⁰⁶ Alex Mateo, « Manga Plus Launches News Subscription Service », *AnimeNewsNetwork* [en ligne], 4 octobre 2023, URL: <https://www.animenewsnetwork.com/news/2023-10-04/manga-plus-launches-new-subscription-service/.203091>.

¹⁰⁷ Prix qui a d'ailleurs augmenté puisqu'il est passé de 1,99 \$ US lors du lancement du service d'abonnement en 2018 à 2,99 \$ US en janvier 2023. Rafael Antonio Pineda, « Viz Media Raises Shonen Jump Service's Subscription Price to US\$2.99 », *AnimeNewsNetwork* [en ligne], 13 décembre 2022, URL: <https://www.animenewsnetwork.com/daily-briefs/2022-12-13/viz-media-raises-shonen-jump-service-subscription-price-to-usd2.99/.192899>.

¹⁰⁸ Katsura Hoshino, *D.Gray-Man*, *Weekly Shônen Jump*, 2004-en cours.

*Yu-Gi-Oh!*¹⁰⁹ (terminée en 38 tomes et 343 chapitres) pour ne citer qu'elles, ne le sont pas sur *MANGA Plus*. Cela peut peut-être s'expliquer par le fait que *Shonen Jump Manga & Comics* est directement attachée à Viz, filiale américaine de l'éditeur japonais Shûeisha, et que tout se retrouve sur un site, celui de Viz, où il était déjà possible des années auparavant d'acheter les volumes en format numérique. Effectivement, les derniers chapitres de *D.Gray-Man* ne sont pas disponibles et seuls ceux compilés en tomes (la majorité, mais pas les derniers puisqu'il ne s'agit pas de « *simulpub*¹¹⁰ » ici, mais d'une accessibilité numérique permise en même temps que la parution des tomes reliés en anglais) sont lisibles avec l'abonnement.

New chapter coming in 5 days!

Date	Chapter	Status
March 20, 2025	Ch. 7	FREE
March 13, 2025	Ch. 6	FREE
March 6, 2025	Ch. 5	FREE
February 27, 2025	Ch. 4	Join to read
February 20, 2025	Ch. 3	FREE
February 13, 2025	Ch. 2	FREE
February 6, 2025	Ch. 1	FREE

If you like The Marshal King, Shonen Jump recommends:

Chapters

Chapter	Date	Status
#014	02/04, 2025	Last Chapter
#013	01/21, 2025	Chapter 13
#012	01/07, 2025	Chapter 12

Figure 17 : *The Marshal King*, un manga sur le site *Shonen Jump Manga & Comics*, n'est plus accessible gratuitement

Figure 18 : Chapitres, gratuits à leur sortie, déblocables avec l'abonnement Deluxe de *MANGA Plus*

¹⁰⁹ Kazuki Takahashi, *Yu-Gi-Oh!*, *Weekly Shônen Jump*, 1996-2004.

¹¹⁰ Terme utilisé par les éditeurs pour parler de publication simultanée avec le Japon. *Simultrad* est également utilisée pour parler de la sortie d'un chapitre traduit en même temps que la parution japonaise.

Le développement numérique de l'éditeur nippon est encore en phase de croissance, notamment en intégrant de nouveaux outils permettant l'amélioration de la lecture sur des écrans numériques et le développement de services comme *MANGA Plus Creators*, qui permet à des artistes non-japonais de proposer leurs « *global mangas* » au public de la plateforme¹¹¹. Shûeisha propose également d'autres fonctionnalités, quoique minimalistes, pour encourager les interactions (l'éditeur s'est sans doute inspiré de ce qui est possible sur les plateformes de *webtoons*, comme on le verra). La lecture horizontale et verticale des chapitres de mangas est la principale fonctionnalité proposée, mais il est également possible de mettre en favoris nos mangas préférés pour y accéder plus rapidement sur une page dédiée. À la fin de chaque chapitre il est également possible de laisser un commentaire¹¹² (une fois qu'un compte a été créé), de partager le lien du chapitre sur Facebook ou X, etc.



Figure 19 : Commentaires faisant suite au dernier chapitre de *One Piece* sur *MANGA Plus*

¹¹¹ MANGA Plus Creators, URL : <https://medibang.com/mpc/>.

¹¹² Il s'agit simplement de donner un avis sur le chapitre ; cet espace commentaire n'est pas suffisamment développé pour permettre aux différents utilisateurs d'interagir entre eux et de se répondre.

Les commentaires hebdomadaires des auteurs¹¹³ sont également lisibles sur une page dédiée, ce qui permet aux fans de se tenir au courant de ce que fait ou pense leur mangaka favori. Nous pouvons concevoir ce type de contenu comme un bonus entretenant le lien entre l'artiste et son public. De petites entrevues avec des mangaka et des responsables éditoriaux sont également publiées, mais elles restent peu fréquentes. Au vu du succès général de ses plateformes numériques internationales, l'éditeur japonais se dit convaincu que les ventes de mangas à l'étranger auront rattrapé celles du Japon d'ici dix ans¹¹⁴.

II. Le modèle coréen du *WEBTOON*

Comme nous l'avons déjà mentionné, à l'instar du manga, le *webtoon* a connu un fort succès à l'international (plus spécifiquement en Asie de l'Est et en Occident). À titre indicatif, le marché mondial du *webtoon* représentait 3,7 milliards de dollars américains en 2021 et les experts prévoient que cette valeur s'accroîtra à 56,1 milliards d'ici 2030¹¹⁵, une croissance, donc, pratiquement exponentielle.

¹¹³ Petits mots des auteurs que l'on retrouve déjà à chaque numéro dans une page dédiée du *Weekly Shōnen Jump* imprimé et qui sont partagés en anglais sur le site et l'application de *MANGA Plus*.

¹¹⁴ Daryl Harding, « Manga PLUS Editor Yuta Momiyama Claims Manga Sales Will Split Evenly Between Japan and Overseas in 10 years », *Crunchyroll* [en ligne], 15 septembre 2021, URL: <https://www.crunchyroll.com/anime-news/2021/09/16/manga-plus-editor-yuta-momiyama-claims-manga-sales-will-be-split-evenly-between-japan-and-overseas-in-10-years>.

¹¹⁵ Naga Sanka, Neha Mittal et Vitika Verma, « Webtoons Market by Types (Comedy, Action, Sci-Fic, Horror, Romance, Others), by Revenue Model (Subscription Based, Adds bases), by Application (Mobile, Laptop, Tablets, Television): Global Opportunity Analysis and Industry Forecast, 2021-2030 », *Allied Market Research* [en ligne], Juillet 2022, URL: <https://www.alliedmarketresearch.com/webtoons-market-A16830>.

La proximité et les influences entre manga et *webtoon*, mais aussi les écarts entre leurs plateformes numériques respectives font du *webtoon* un intéressant outil de comparaison afin de mieux percevoir les caractéristiques des plateformes de manga.

Contrairement au manga, le *webtoon* est un genre nativement numérique, c'est-à-dire qu'il a été conçu pour être lu sur les écrans d'ordinateurs et de téléphones intelligents. 78 % des lecteurs lisent les *webtoons* sur leurs téléphones et 12 %, sur leurs ordinateurs¹¹⁶.

2.1. Le *webtoon*, son format et ses publics

Les origines du *webtoon* se situent dans les *manhwas* publiés dans des blogues qui leur étaient dédiés (les bandes dessinées en ligne, de manière globale, sont d'abord apparues de cette manière, numérisées, sur ce ton de journal intime¹¹⁷). C'est le portail web *Daum* (équivalent de *Yahoo*), fondée en 1995, qui va promouvoir la lecture en ligne de *webtoons* ; à cette fin, il lance le service *Daum Webtoon* en 2003¹¹⁸, comme nous l'avons mentionné au chapitre 1.

Si le *manhwa* était resté confiné au marché domestique, l'avancée technologique de la Corée du Sud (un des premiers marchés de téléphones intelligents au monde) lui permet de proposer un nouveau type de bande dessinée : le *webtoon*, un *manwha* nativement numérique (publié directement en ligne). Si l'on va sur le site de *WEBTOON*, nous voyons que les genres principaux proposés sont les *dramas*, le fantastique, la comédie, l'action, la tranche de vie, les récits

¹¹⁶ Adi Tantimedh, « WEBTOON is the World's Most Successful Comics Publisher – And You Hadn't Heard of it Till Now », *Bleeding Cool* [en ligne], 2 septembre 2019, URL: <https://bleedingcool.com/comics/webtoon-is-the-worlds-most-successful-comics-publisher-and-you-hadnt-heard-of-it-till-now/>.

¹¹⁷ Hyung-Gu Lynn, « Korean Webtoons: Explaining Growth », 韓国研究センタ一年報, vol. 16, 2016, URL: <https://apm.sites.olt.ubc.ca/files/2016/02/HG-Lynn-Korean-Webtoons-Kyushu-v16-2016.pdf>.

¹¹⁸ Rebaptisée *Kakao Webtoon* en 2021.

sentimentaux, les *webtoons* avec des superhéros, les thrillers, les *webtoons* de sport, la science-fiction et l'horreur. Cependant, nous nous concentrerons sur la forme plutôt que sur le contenu de ces fictions.

L'originalité du *webtoon* réside avant tout dans sa forme et son mode de lecture. Comme il est en format numérique, sa lecture se fait sur un écran (ordinateur, tablette ou téléphone intelligent), en faisant défiler l'image de haut en bas (tandis que dans le cas des blogues de *manhwas*, la lecture était horizontale, selon le sens de lecture du *manhwa* imprimé). La page du *webtoon* n'est pas sans limite, mais faite de plusieurs pages collées les unes après les autres. Le lecteur n'est toutefois pas censé percevoir le passage d'une page à l'autre, puisque le créateur, lorsqu'il dessine, commence par dessiner une page, puis en ajoute une juste en dessous et continue ce dessin et cette série de pages forme une bande continue. Enfin, à la différence du *manhwa*, toujours dans cette idée de se différencier du manga et de consolider l'identité coréenne, les pages sont généralement en couleur, alors que le manga est généralement en noir et blanc. Les *webtoons* n'étant pas destinés à être imprimés, la colorisation n'est plus une contrainte, contrairement aux publications imprimées pour lesquelles la couleur ajoute aux délais de production et au coût d'impression.

Le public international des *webtoons* est plutôt jeune : il se situe entre quatorze et vingt-quatre ans¹¹⁹ ; il s'agit de personnes nées et ayant grandi avec Internet. Les plateformes de *webtoons* se sont inspirées des réseaux sociaux de multiples façons, notamment en donnant la possibilité aux utilisateurs d'évaluer et de commenter des publications (et de répondre à d'autres internautes, chose que ne permet pas encore *MANGA Plus*, comme nous l'avons vu). Pour certains éditeurs de mangas

¹¹⁹ Calvin Reid, « Webtoon Builds an Audience for Webcomics », *publishersweekly.com* [en ligne], 30 août 2019, URL: <https://www.publishersweekly.com/pw/by-topic/industry-news/comics/article/81073-webtoon-builds-an-audience-for-webcomics.html>.

qui s'intéressent au phénomène, au-delà d'une bibliothèque en ligne, les plateformes de *webtoons* sont surtout une sorte de nouveau média, dans l'ère du temps, plus proches des réseaux sociaux¹²⁰.

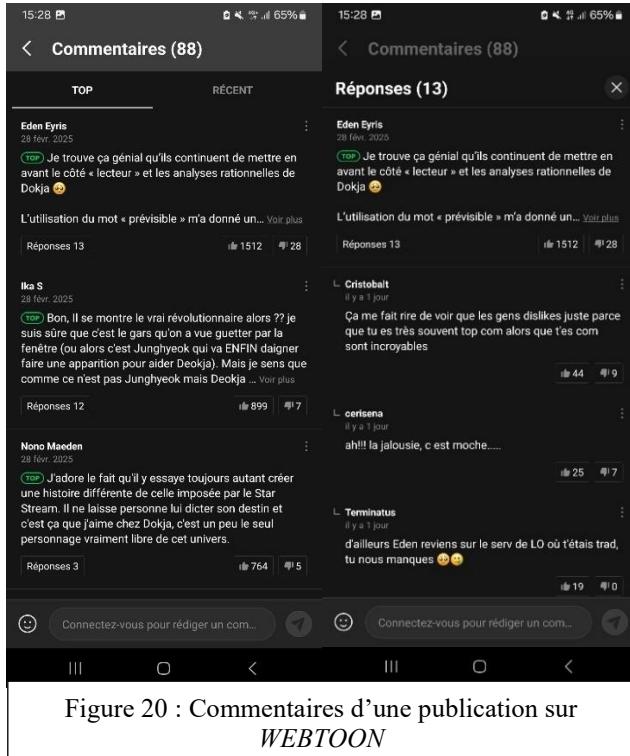


Figure 20 : Commentaires d'une publication sur
WEBTOON

Le lectorat du *webtoon* est principalement féminin avec environ 64 % de lectrices¹²¹. Un nombre important d'histoires sentimentales est présent sur les plateformes, si on se base sur les œuvres les plus populaires, mises en avant par des bandeaux déroulants en entrant sur ces sites et applications, avec des héroïnes auxquelles les lectrices peuvent s'identifier. Les compagnies coréennes ont beau vouloir se démarquer des éditeurs de mangas japonais, il y a tout de même une volonté de cibler une certaine tranche de la population. En effet, de nombreuses romances, par leur style graphique, sont typées *shôjo* (ce terme signifie « jeune fille » en japonais¹²² ; les magazines

¹²⁰ O-Taku Manga Lounge, *LANCEMENT ÉDITIONS KOTOON – Entrevue avec Grégoire Hellot* [vidéo en ligne], consulté le 8 février 2023, URL : <https://youtu.be/BdkCoOZvfOo?t=905>, 14 min 52 s – 18 min 45 s.

¹²¹ Calvin Reid, « Webtoon Builds an Audience for Webcomics », *art. cit.*

¹²² Les termes japonais « *shôjo* » et « *shônen* » étant bien connus du lectorat de mangas et de *webtoons*, ils sont employés également en Corée pour promouvoir des séries coréennes.

shōjo proposent surtout des histoires romantiques avec des personnages aux traits très fins, presque parfaits). Cependant, maintenant que les *webtoons* sont mondialement connus, les éditeurs souhaitent attirer un public masculin (majoritaire parmi les fans de mangas) en proposant des œuvres plus proches des mangas dits *shōnen* (pour « jeunes garçons »), des séries plus tournées vers l'action, dans lesquelles les personnages participent à des compétitions, font preuve de courage, s'affrontent à l'aide de leurs pouvoirs et défendent leurs amis¹²³. Une icône faisant la promotion d'une sélection de titres sur l'application *WEBTOON* de *Naver* affiche précisément ce terme : « LES MEILLEURS SHONEN ». L'usage du vocabulaire japonais illustre la prédominance du manga dans la bande dessinée asiatique en Occident. Précisons que la version de l'application *WEBTOON* à laquelle nous avons accès et qui est commentée dans le cadre de cette étude se destine majoritairement à un public occidental (anglophone), la version originale sud-coréenne étant en coréen. Ainsi, même pour un lectorat occidental, le mot « *shōnen* » n'a pas besoin d'être expliqué ; *WEBTOON* considère que le lecteur sait de quoi il retourne.

¹²³ D'ailleurs, les gros studios d'animation japonais préfèrent adapter ce genre de *webtoons* d'action, tandis que les récits sentimentaux à succès, souvent réalistes, sont adaptés le plus souvent en *K-drama*, des mini-séries en prises de vue réelles, ou en films, aussi diffusés à l'international sur d'importantes plateformes de diffusion continues comme Netflix.

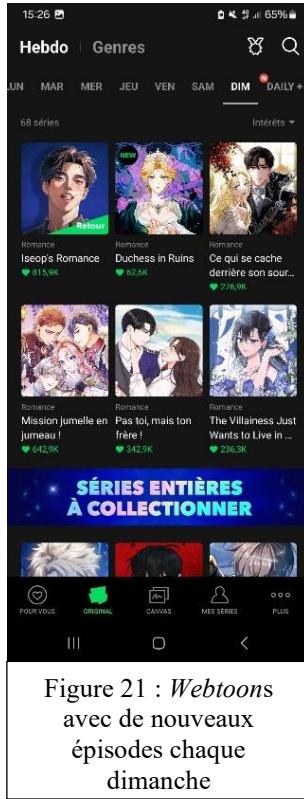


Figure 21 : *Webtoons*
avec de nouveaux
épisodes chaque
dimanche

2.2. Étude de la plateforme *WEBTOON* du géant Naver

Cette analyse se concentre sur la plateforme (site web et application sur IOS et Android) *WEBTOON* de l’entreprise *Naver*, créée en 2004, puisqu’il s’agit de la plus populaire (elle a dépassé *Daum* en 2019). *WEBTOON* dispose de la bibliothèque la plus importante, avec comme particularité d’être ouverte à tout artiste désirant publier, qu’il soit amateur ou professionnel, coréen ou pas. *WEBTOON* est disponible en anglais depuis 2014 ; les langues chinoises, thaïlandaises, indonésiennes, espagnoles, françaises (ajoutée en 2019) et allemandes sont aujourd’hui aussi prises en compte (avant 2014, la plateforme était exclusivement en coréen).

Les parutions sur *WEBTOON* sont quotidiennes : chaque jour propose son lot de nouveaux épisodes (plusieurs séries paraissent à un rythme hebdomadaire, à la manière du premier magazine de prépublication de mangas au Japon, le *Weekly Shônen Jump* de l’éditeur Shûeisha).

L’interface de l’application est très simple d’utilisation, notamment lorsqu’il s’agit de chercher une série ou de se voir proposer des recommandations en page d’accueil. Les éditeurs (qui sont des curateurs de contenus numériques, et non pas des participants à la production de *webtoons* comme cela peut être le cas avec le système éditorial japonais) de *WEBTOON* influencent tout de même les lecteurs en apposant par exemple un label « *Editor’s pick* » sur la miniature d’un *webtoon* ; ils proposent aussi des œuvres saisonnières (« sélection pour ce printemps ») et ont une section dédiée « choix des éditeurs ». Les lecteurs sont donc invités à lire ces titres. Mis à part cela, le lecteur se voit recommander des titres par l’algorithme de l’application qui prend en compte ce qui a été précédemment lu et ce qui est lu par d’autres utilisateurs avec des goûts similaires.

Il n’est pas toujours possible de lire tous les épisodes à la suite et il faut alors attendre le lendemain pour pouvoir lire un nouveau chapitre. Bien que l’accès aux contenus de *WEBTOON* soit gratuit à prime abord (l’application et les artistes bénéficient de revenus générés par la publicité), le lecteur a la possibilité d’acheter des « *coins* », monnaie de l’application qui permet de débloquer les chapitres verrouillés. On reconnaît ici le modèle économique « *freemium* », qu’on retrouve dans de nombreux jeux mobiles, auxquels on peut jouer gratuitement mais qui exigent un paiement pour progresser plus vite, obtenir des artefacts spéciaux, etc.

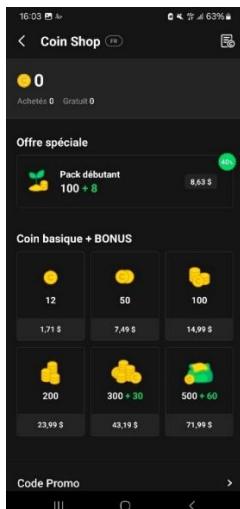


Figure 22 : L’argent virtuel « *coins* » de *WEBTOON*, échangeable contre du vrai argent

Comme nous l'avons mentionné précédemment, l'une des principales caractéristiques des plateformes de *webtoons* est leur mode de lecture par défilement vertical. Pour plusieurs fondateurs de plateformes de *webtoons*, dont Junkoo Kim, PDG de *WEBTOON*, le défilement proposé pour lire des bandes numériques est un geste mécanique auquel les jeunes sont habitués :

Ce n'était pas nécessairement que je voulais utiliser le *scrolling*, mais les producteurs de contenu devraient toujours penser à comment celui-ci est consommé par les créateurs et les lecteurs [...]. Au début des années 2000, quand la plupart des artistes étaient encore sur PC, on lisait en quantité les ressources numériques en défilant avec la souris. Pour lire les journaux, on ne tournait pas des pages, mais on défilait souvent en vitesse et lisait les informations qui nous intéressaient. Même si les bandes dessinées sont un mélange d'images et de textes, je pense que le texte est ce qui dirige la narration, donc cela semble logique de pouvoir lire une BD en scrollant¹²⁴.

Certains *webtoons* se démarquent aussi en proposant d'autres fonctionnalités, ajoutant à la lecture des clips audios et de l'animation 3D et 2D. Par exemple, c'est le cas de *Histoires de cauchemar 2020*¹²⁵ ; malheureusement, lorsqu'on clique sur le chapitre dans l'application, on n'a accès qu'à la première page de celui-ci et il nous est proposé de continuer notre lecture depuis le navigateur web. L'application n'intègre ni audio ni animation. Ainsi, lorsque l'on continue sur le site web, on peut voir une case montrant une cage d'escalier qui se déforme au fur et à mesure qu'on fait défiler la page. Ce *webtoon*, par son animation, place le lecteur dans le point de vue subjectif du personnage féminin, comme dans un plan subjectif au cinéma. Un peu plus loin dans la lecture arrive une image statique montrant les pieds du personnage descendant des marches ; en continuant le défilement, une animation survient et une main décolorée surgit brusquement du côté et attrape la cheville de notre personnage. Un son inquiétant retentit alors. Nous pouvions nous

¹²⁴ « It wasn't necessarily that I wanted to do the scroll, but people that create content and deliver content should always think in terms of how the creators or how users will consume the content [...]. During this time in the early 2000s, when most of content creators were still on PC, you would read and consume a lot of digital content by scrolling down on your mouse. To read news, you don't flip a page, you often scroll through and read your news. Although comics are a mix of image and text, I think text is the one that drives the narrative so it just makes sense that you would read a comic in a scroll manner. » (Entretien avec Junkoo Kim par Kirsten Acuna, « Millions in Korea are obsessed with these revolutionary comics — now they're going global », *Insider* [en ligne], 11 février 2016, URL: <https://www.businessinsider.com/what-is-webtoons-2016-2?IR=T> ; nous traduisons.)

¹²⁵ Horang, *Histoires de cauchemar 2020*, *WEBTOON* [en ligne], 2020, URL : https://www.webtoons.com/fr/horror/horang-horror/list?title_no=2184.

attendre à des clips audios et de l'animation 2D, mais pas à un tel jeu des perspectives dans une case de bande dessinée. Le chercheur français Jean-Pierre Balpe, spécialiste de la littérature numérique, qualifierait sans aucun doute ce *webtoon* d'œuvre artistique hypermédiarique, c'est-à-dire, selon ses termes, « un ensemble d'informations appartenant à plusieurs types de médias (texte, son, image, logiciel) pouvant être lu (écouter, vu) suivant de multiples parcours de lectures [et] utilisant la possibilité de multi-fenêtrage [lecture simultanée de plusieurs documents par le biais d'un écran]¹²⁶ ». Dans le cas de *Histoires de cauchemar 2020*, l'expérience de lecture peut être différente grâce à l'écoute du son et à l'animation qui ajoute des jeux de perspective aux images. Les caractéristiques du *webtoon* que nous venons de décrire l'apparentent à d'autres médias numériques, notamment au jeu vidéo et plus particulièrement aux *visual novels* (jeux vidéos narratifs et interactifs japonais, qui sont un exemple parfait d'intermédialité grâce au mélange de caractéristiques techniques appartenant à différents médias). À mesure que les technologies évoluent et les médias avec elles, il est probable que ce genre d'expériences vont devenir plus courantes.

2.3. La création de *webtoons* hors de Corée : l'appropriation du dispositif par des auteurs non-coréens

L'une des grandes forces des *webtoons* est que, bien qu'ils soient originaires de Corée du Sud, ils ne sont plus forcément cantonnés à cette zone géographique. En effet, bon nombre de *webtoons* non-coréens existent. Wonho Jang et Jung Eun Song, tous deux professeurs de l'Université de Séoul et spécialistes des études culturelles, s'intéressent à l'adoption de ce genre

¹²⁶ Jean-Pierre Balpe, *Hyperdocuments, hypertextes, hypermédias*, Paris, Eyrolles, 1990, p. 18 ; cité dans Isabelle Carignan et Clémence Préfontaine, « Les stratégies en lecture hypertextuelle », *Québec français*, n° 136, p. 52-54, hiver 2005, URL : <https://www.erudit.org/fr/revues/qf/2005-n136-qf1182920/55524ac/>.

par des créateurs à l'étranger et plus spécifiquement au phénomène de « *glocalization*¹²⁷ ». Nous abordions plus tôt la localisation (« *domestication* ») pour désigner l'adaptation à une réalité linguistique et culturelle locale dans le travail des traducteurs ; la *glocalization* désigne un processus similaire d'adaptation, mais appliqué à un autre domaine que la langue, soit au style et au format. En effet, la *glocalization* survient lorsqu'un objet culturel d'une région du monde arrive dans un autre pays et une autre société (selon le processus de mondialisation ou, en anglais, *globalization*) et est alors sujet à une réappropriation. Dans le cas du *webtoon*, les éditeurs et dessinateurs de bandes dessinées s'inspirent des codes stylistiques et surtout du format du *webtoon* coréen pour proposer un produit local, qui est en fait transnational puisqu'il est le résultat de la rencontre de deux cultures ou plus. Ce *webtoon* étranger peut alors toucher un public distinct du public d'origine.

La plateforme *WEBTOON*, en plus de proposer des contenus originaux coréens, s'ouvre aux productions internationales depuis 2014¹²⁸. En effet, dans la section affichant les « genres » du catalogue, une colonne « local », dans la version française, propose des titres de créateurs francophones amateurs. Pour ce qui est des artistes professionnels, le site de l'ambassade de France en Corée du Sud déclare que, en France, la plateforme « mise sur le développement de contenus locaux, avec près de 40 auteurs français signés exclusivement pour la plateforme et une présence physique sur le territoire, avec des bureaux situés à Paris¹²⁹ ». Parmi les *webtoons* français les plus

¹²⁷ Jang Wohno et Jung Eun Song, « Webtoon as a New Korean Wave in the Process of Glocalization », Université de Séoul, *Kritika Kultura*, n° 29, 2017, p. 168-187, URL: https://barnettcenter.osu.edu/sites/default/files/2019-08/webtoon_as_a_new_korean_wave.pdf.

¹²⁸ Jaemin Lee, « A Brief History of webtoons – accessible version », *Victoria & Albert Museum* [en ligne], s. d., URL: https://www.vam.ac.uk/articles/a-brief-history-of-webtoons-accessible-version?srsltid=AfmBOorlF-vipRwcM0h8pxZvG0jYRnm5h0mDC04KiDso3hqduGUkK3_.

¹²⁹ Bearing Point, *Notes d'opportunités sur les industries culturelles et créatives de Corée du Sud*, 2023, URL : https://kr.ambafrance-culture.org/wp-content/uploads/2023/02/AF-Coree-du-Sud_Etude-ICC_Fiche-webtoon.pdf.

populaires, *Colossale*¹³⁰ de Diane Truc et Rutile a été particulièrement remarqué ces derniers temps avec l'adaptation imprimée du *webtoon* (sachant que peu sont publiés dans ce format étant donné l'émergence nouvelle du *webtoon* à l'international, qui date de la toute fin des années 2010, juste avant la crise du coronavirus) et l'invitation des autrices au Festival international de la bande dessinée à Angoulême en 2023, qui découle de ce succès¹³¹.



Figure 23 : Rutile, Dianne Truc et leur BD *Colossale*, adaptée de leur *webtoon* éponyme.
©Radio France - Mathilde Sourd

Une autre des caractéristiques intéressantes de la plateforme *WEBTOON* est la possibilité donnée aux créateurs amateurs de diffuser leurs œuvres. Il y a aussi des concours comme le « Programme de soutien aux créateurs *canvas* » (*WEBTOON CANVAS* étant le pendant « amateur » de la plateforme, qui permet l'autopublication), qui sont proposés chaque mois afin d'aider des artistes à lancer leurs séries. Ce programme offre des prix monétaires aux gagnants, ceux dont les histoires ont été les plus aimées. De plus, de temps en temps, *WEBTOON* met en place des concours plus ambitieux avec un contrat à la clé ; le projet de bande dessinée devient alors une création originale appartenant à la plateforme. La plateforme de *Naver* n'est pas la seule à proposer des

¹³⁰ Rutile et Diane Truc, *Colossale*, *WEBTOON*, 2020-2022,
URL : https://www.webtoons.com/fr/comedy/colossale/list?title_no=2378.

¹³¹ Jérôme Lachasse, « “Colossale”, le webtoon aux 6 millions de vues, débarque en librairie », *BFMTV* [en ligne], 17 janvier 2023, URL : https://www.bfmtv.com/people/bandes-dessinees/colossale-le-webtoon-aux-6-millions-de-vues-debarque-en-librairie_AN-202301170495.html.

créations étrangères, mais elle est la plus accessible et celle qui en compte le plus. Il n'est pas possible de quantifier exactement le nombre de productions amatrices – plusieurs milliers sans doute –, puisque n'importe qui peut en créer, peu importe son niveau de compétence en dessin, mais nous pouvons imaginer la différence de publications en comparaison avec les autres plateformes puisque *WEBTOON* avait « 21,4 milliards de pages vues en 2019 » tandis que la deuxième plateforme la plus importante, *Kakao Page*, n'en avait que « 5,1 milliards » la même année¹³².

La première plateforme francophone de *webtoon*, *Delitoon*, créée en 2011, voulait elle aussi proposer des créations originales, locales, mais a rencontré des difficultés et a vite dû proposer à son tour des titres coréens déjà existants pour se constituer un public. Nous pouvons en déduire qu'à l'instar des Coréens, qui ont pu juger les *manhwas* trop proches stylistiquement des mangas, les Français aussi préfèrent les succès du pays d'origine. Se pose le débat de valeur quant à l'authenticité ou non d'un objet culturel. Semblablement, les mangas français sont également jugés trop éloignés des standards japonais, comme l'exprime Bruno de la Cruz, le rédacteur en chef d'*Animeland*, la revue spécialisée dans la *japanimation* la plus connue en France¹³³). Aujourd'hui, *Delitoon* peut se permettre de publier des créations originales, mais ce succès, elle le doit d'abord, contradictoirement avec ce que nous venons d'énoncer, à la prépublication de *Lastman*, qui n'est non pas un *webtoon*, mais un « manga français » créé en 2013, dans un style « pas si japonais », par des auteurs de bandes dessinées déjà confirmés, Balak¹³⁴ et Bastien Vivès. Il s'agit là d'une

¹³² Bearing Point, « Notes d'opportunités sur les industries culturelles et créatives de Corée du Sud », 2023, p. 6, URL : https://kr.ambafrance-culture.org/wp-content/uploads/2023/02/AF-Coree-du-Sud_Etude-ICC_Fiche-webtoon.pdf.

¹³³ Entretien avec Bruno de la Cruz par Draw Like Niho Ame, « le manga est-il un produit, ou une œuvre. » [vidéo en ligne], consulté le 2 février 2023, URL : https://www.youtube.com/watch?v=sP_1B6jYO8w.

¹³⁴ Qui était en 2009 le créateur du *turbimedia*, la bande dessinée française nativement numérique.

preuve effective du succès d'un produit « *glocal* ». Celui-ci a d'ailleurs bénéficié d'une adaptation animée par la suite.



Figure 24 : *Lastman – Casterman*

III. De la compétition des deux bandes dessinées rivales à la cohabitation

Si l'industrie de la bande dessinée japonaise et celle de la bande dessinée coréenne sont souvent perçues comme étant en concurrence frontale, la réalité est plus nuancée. Plutôt qu'une guerre totale, on observe une cohabitation et même des collaborations entre les deux modèles. Loin d'admettre une défaite, l'industrie japonaise reconnaît toutefois la nécessité de se renouveler. Elle analyse le terrain pour déterminer si elle peut séduire son lectorat actuel – ou en conquérir un nouveau, attiré par la culture coréenne et des récits internationaux – en expérimentant de nouvelles approches.

3.1. Succès et multiplication des projets *Jump*

Dans un contexte où la création amatrice gagne en importance, Shûeisha multiplie les initiatives pour encourager et accompagner les aspirants mangakas. Au-delà de *MANGA Plus Creators* cité précédemment, l'éditeur japonais propose également d'autres logiciels pour permettre aux internautes de s'amuser et s'entraîner à dessiner et scénariser des mangas comme *Jump Paint* (disponible pour Windows, Mac, iOS et Android), qui, comme le nom l'indique, permet aux utilisateurs de dessiner, et l'application *World Maker* (disponible sur iOS et Android), qui encourage ceux qui ne savent ni ne veulent dessiner à faire un collage de différents éléments mis à leur disposition (personnages, bulles, fonds, effets) et y ajouter du texte (narration, dialogues). La description de cette application sur le *play store* (Android) révèle l'intention des éditeurs de Shûeisha ; bien que l'application ne permette pas l'inclusion de sons ou d'animations, elle permet une forme de création transmédia, qui ne se limite pas aux mangas :

Même si vous ne savez pas dessiner, vous pouvez facilement créer des noms¹³⁵ de manga et des storyboards vidéo avec votre smartphone. Trouvez des idées d'histoires pour des anime, des mangas, des drames¹³⁶, des films, etc. Vous pouvez suivre les auteurs qui vous intéressent et ajouter des commentaires et des likes à leurs œuvres. Nous prévoyons organiser une série de concours où vous pourrez collaborer avec diverses entreprises et marques et faire vos débuts en tant qu'écrivain ou réalisateur. Les œuvres gagnantes auront une chance de devenir des anime, des mangas et des films ! Le texte de l'œuvre peut être automatiquement traduit en un seul clic. Votre travail peut transcender les barrières linguistiques et être apprécié par des personnes du monde entier.

Parmi les sociétés partenaires du projet, on retrouve par exemple le diffuseur multinational

(producteur d'*anime* notamment) Netflix¹³⁷.

¹³⁵ Erreur de traduction, les *nemu* (en japonais) sont des storyboards, autrement dits scénarimages de mangas.

¹³⁶ Idem ; le terme fait référence aux séries coréennes *dramas* ou *K-dramas* qui rayonnent mondialement.

¹³⁷ Joanna Cayanan, « Le Shonen Jump+ lance une nouvelle appli de storyboard avec un concours en partenariat avec Netflix et Toho », *AnimeNewsNetwork* [en ligne], 12 juillet 2023, URL : <https://www.animenewsnetwork.com/fr/news/2023-07-12/le-shonen-jump-lance-une-nouvelle-appli-de-storyboard-avec-un-concours-en-partenariat-avec-netflix-.200183>.

La plateforme *Jump TOON*, lancée en mai 2024, semble être la dernière itération de la *webtoonisation* des mangas publiés par Shûeisha. Cette plateforme n'est disponible pour l'instant qu'au Japon et propose des republications de mangas populaires comme *Gantz*, *Haikyuu* et *Hell's Paradise*, mais aussi des créations originales (les premiers vrais *webtoons* de Shûeisha). De la même manière que le service lié à *MANGA Plus*, *MANGA Plus Creators*, permet aux utilisateurs étrangers de poster leurs mangas amateurs en ligne, *Jump TOON NEXT!* permet aux utilisateurs japonais de poster leurs *webtoons* et de remporter des prix de la part de l'équipe éditoriale de *Jump TOON*, selon le modèle mis en place par *WEBTOON*.

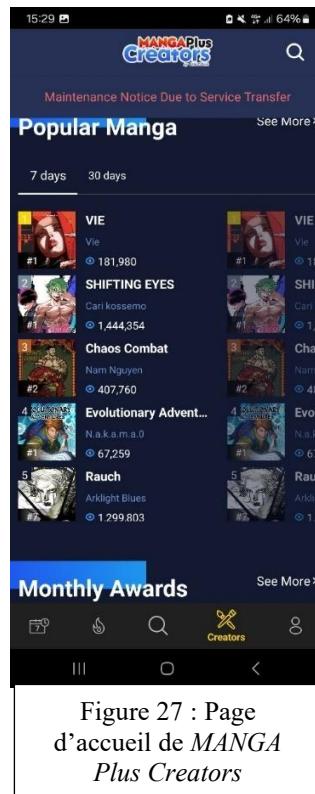


Figure 25 : Page d'accueil de l'application *Jump TOON*

Figure 26 : Webmanga amateur ミリオンモージュ de Kôhei Katô, vainqueur d'un concours de *Jump TOON*

3.2. Le *webtoon*, un modèle pour les autres types de bandes dessinées

Les éditeurs japonais commencent tout juste à s'intéresser à la diffusion d'applications de *webtoon* déjà existantes sur l'archipel japonais, et ce, pour deux raisons. La première est la crainte de se faire devancer par les concurrents coréens et la deuxième, la lutte contre le piratage, qui existe aussi, mais de façon moindre¹³⁸, pour les *webtoons*. Malgré cette résistance de l'archipel japonais, les plateformes de mangas numériques ont été influencées par le modèle du *webtoon*. On l'observe à diverses caractéristiques. Ainsi, depuis sa création *MANGA Plus* propose l'option de lire verticalement son contenu, dispose d'un espace commentaire, mais réduit au minimum (il n'est pas possible de répondre directement à un autre commentaire et entamer une discussion avec les internautes bien qu'il soit possible d'aimer ces commentaires), et un peu comme avec *WEBTOON CANVAS*, *MANGA Plus* a une section intitulée « *MANGA Plus Creators* » sur laquelle des mangas étrangers sont publiés.



¹³⁸ Puisque ceux-ci sont plus facilement accessibles en ligne.

En plus d'avoir influencé le format du manga et encouragé l'interactivité sur les plateformes numériques, le *webtoon* semble avoir introduit des modifications dans le modèle éditorial du manga puisqu'il y a également, sur *MANGA Plus Creators*, des concours qui proposent des prix monétaires et une mise en avant des gagnants sur la page principale (accueil) de la plateforme aux côtés de mangas parmi les plus populaires du Japon. Cependant, contrairement à la pratique de *WEBTOON*, quasiment aucun artiste étranger ne se voit proposer de contrat par l'éditeur japonais, qui engage exclusivement des mangakas japonais, à l'exception de Boichi, le mangaka sud-coréen qui a dessiné *Dr. Stone*¹³⁹, et des premiers mangaka à être licenciés à la suite du succès de leur histoire publiée sur *MANGA Plus Creators*, soit le scénariste polonais Rafal Jaki¹⁴⁰ et le dessinateur MACHINE GAMU (nationalité inconnue) derrière *No |Name*¹⁴¹. Alors que la dernière œuvre¹⁴² de Boichi était annoncée plusieurs mois avant sa sortie comme étant un *webtoon*, elle a débuté sa publication le 19 avril 2023 dans le magazine papier de mangas japonais *Weekly Shônen Sunday*, et est sortie par la suite sur *WEBTOON* le 17 août 2023. Il s'agit là d'un partenariat sans précédent, l'œuvre étant à la fois manga et *webtoon*. Normalement, lorsqu'un manga est publié dans un magazine, c'est celui-ci qui possède tous les droits d'auteurs, pas l'artiste ni un tiers et encore moins une compagnie étrangère. Le modèle du *webtoon* offrirait plus de libertés pour les artistes qu'avec les éditeurs de mangas. Son attrait réside sans doute dans la possibilité, pour les artistes, de proposer des projets plus expérimentaux sur le plan artistique (intégration d'animations et de sons, ou encore publication en couleur), hors du cahier des charges des éditeurs, mais peut-être aussi plus risqués puisque le public peut être déstabilisé dans ses habitudes et ne pas être au rendez-

¹³⁹ Riichiro Inagaki et Boichi, *Dr. Stone*, *Weekly Shônen Jump*, 2017-2024.

¹⁴⁰ Dont le travail sur l'anime produit par Netflix *Cyberpunk Edgerunners*, dérivé du jeu vidéo *Cyberpunk*, a été reconnu.

¹⁴¹ Rafal Jaki et MACHINE GAMU, *No |Name*, *Shônen Jump+*, 2024-2025.

¹⁴² Inwan Youn et Boichi, *Le Livre des Multivers*, *WEBTOON*, 2023-2024, URL : https://www.webtoons.com/fr/action/super-string-marco-polos-travel-to-the-multiverse/list?title_no=5608.

vous. Une critique que l'on peut émettre envers les grosses plateformes de *webtoons* (ou du moins *WEBTOON*) est probablement le manque de direction et de communication entre les éditeurs et les artistes. Le rôle de médiateur des éditeurs est peut-être un peu effacé, en tout cas il est moins visible que dans l'industrie du manga, plus ancienne, plus solide et développée que celle du *webtoon*. À moins d'un succès planétaire comme *Tower of God*¹⁴³, qui bénéficie de son propre studio et d'une équipe d'assistants aidant le *manhwaga*, il n'y a pas, du côté du *webtoon*, ce système d'attribution de responsable éditorial dont bénéficient les mangaka ; dès lors, les auteurs de *webtoons* peuvent se sentir un peu délaissés car peu conseillés, tout en devant maintenir un rythme de travail aussi soutenu.



Figure 28 : Page de *Le Livre des Multivers* telle que publiée dans le *Weekly Shônen Sunday* à gauche et un aperçu (d'une autre page) de la version *webtoon* sur l'application *WEBTOON*

¹⁴³ SIU, *Tower of God*, *WEBTOON*, 2010.

Si les *webtoons* adaptés en manga sont rares, quelques mangas ont déjà bénéficié d'adaptations en *webtoons* au cours des dernières années, témoignant de l'intérêt croissant pour ce format auprès des éditeurs japonais. Le *best-seller* *Fullmetal Alchemist*¹⁴⁴ de l'éditeur japonais Square Enix a ainsi bénéficié d'une republication sur la plateforme *webtoon* de Kakao avec une colorisation complète et une mise en page réorganisée pour s'adapter au format vertical (lecture en défilant sur une bande verticale). Un autre manga adapté en *webtoon* en juin 2023, *Hell's Paradise*¹⁴⁵, publié à l'origine sur *Shônen Jump+*, la plateforme numérique de Shûeisha, est un titre nativement numérique, puisqu'il n'a pas été prépublié dans un magazine papier. Pourtant, malgré cette origine numérique, il a été publié, comme les mangas traditionnels, en noir et blanc et dans un format conçu pour une impression classique. Comme la plupart des titres du *Shônen Jump+*, les chapitres de *Hell's Paradise* étaient proposés dans un cadre de prépublication numérique, puis reliés en volumes physiques, sans adopter les codes des *webtoons*, notamment l'usage de la couleur ou des bandes verticales. L'adaptation en *webtoon* de *Hell's Paradise* marque donc un changement significatif, fruit d'une collaboration entre Shûeisha et la plateforme *WEBTOON*. Ce projet inédit pour l'éditeur japonais se distingue par une colorisation intégrale des chapitres, désormais publiés progressivement dans un format vertical pensé pour une lecture sur écran. Pour conserver certains aspects de l'œuvre originale, chaque chapitre débute par un avertissement informant les lecteurs que le sens de lecture des bulles reste de droite à gauche, comme dans le manga.

¹⁴⁴ Hiromu Arakawa, *Fullmetal Alchemist*, *Shônen Gangan*, 2001-2010.

¹⁴⁵ Yûji Kaku, *Hell's Paradise*, *Shônen Jump+*, 2018-2021.



Figure 29 : Aperçus de la version *webtoon* de *Fullmetal Alchemist*

La transition de *Hell's Paradise* vers le format *webtoon* ne se limite pas à une colorisation : elle implique une réorganisation complète de la mise en page. Les cases, illustrations, bulles et onomatopées sont redisposées sur une longue bande verticale, tandis que les doubles pages caractéristiques du manga n'existent plus telle quelles. Ou plutôt, pour éviter de « couper » les illustrations principales, celles-ci sont redimensionnées pour s'intégrer dans des cadres plus petits. La première double planche de *Hell's Paradise* tient dans un carré sur la bande au lieu d'un rectangle plus grand qui s'étale et qui avait été originellement pensé par le mangaka pour que le lecteur s'attarde dessus, puisqu'il s'agit d'un paysage avec de nombreux détails. Le fait que l'adaptation en *webtoon* comprime cette planche retire à celle-ci sa raison d'être, du moins dans ce format numérique (puisque cette double page est surtout pensée pour les lecteurs qui auront acheté le volume relié). Cette adaptation peut aussi susciter d'autres frustrations chez certains lecteurs car bien que l'œuvre originale soit déjà terminée, les chapitres du *webtoon* sont publiés de manière

hebdomadaire, ce qui impose une attente prolongée. Par exemple, les trois premiers épisodes disponibles sur *WEBTOON* couvrent à peine le premier chapitre du manga, soulignant la différence de rythme et de temporalité entre ces deux formats.

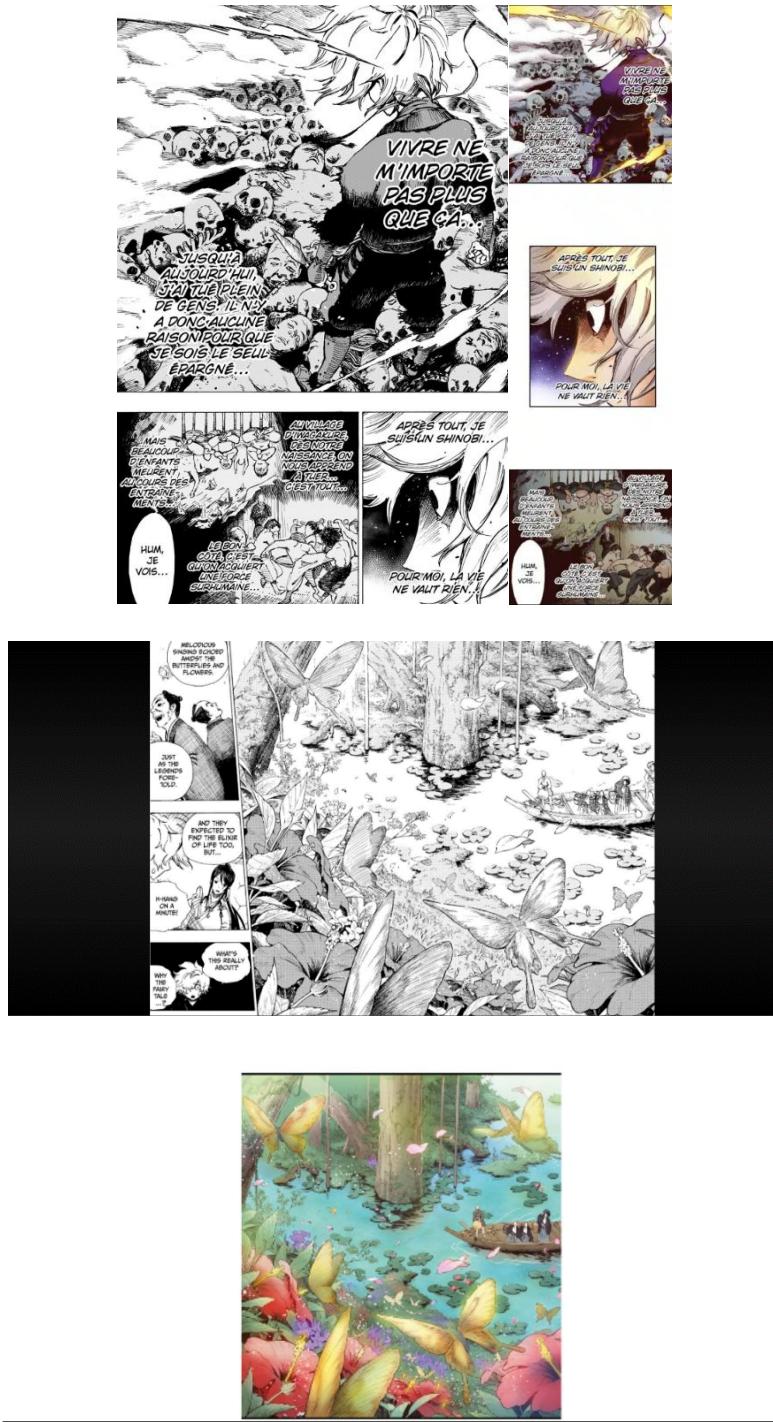


Figure 30 : Deux planches du manga *Hell's Paradise* et leurs versions en webtoon

Face aux enjeux du piratage et de la concurrence avec le *webtoon*, l'éditeur Shûeisha a lancé *Shonen Jump Manga & Comics* et *MANGA Plus*, offrant un accès mondial et légal à ses œuvres. Ces plateformes, bien qu'imparfaites, ont rencontré un succès notable en renforçant l'engagement des fans. Par ailleurs, l'éditeur japonais a ouvert de nouvelles opportunités pour les créateurs, avec des services comme *MANGA Plus Creators*, qui permettent à des artistes non japonais de partager leurs œuvres avec un public international. Les plus talentueux peuvent alors recevoir l'approbation de l'éditeur et être publiés en ligne aux côtés de mangas japonais.

Dans ce chapitre, nous avons aussi pu constater l'émergence fulgurante des *webtoons* en Corée du Sud et leur progression vers un public mondial. Avec leur format vertical adapté à la lecture sur téléphone intelligent, les *webtoons* ont conquis un public jeune et avide de nouveaux contenus visuels. Cette popularité a permis l'essor de nombreux nouveaux auteurs, comme le couple Sing Shong (*Lecteur Omniscient*, 2018-2020), y compris en dehors de la Corée du Sud, comme le montre les cas de Rachel Smythe (*Lore Olympus*, 2018-2022), de Rutile et Diane Truc (*Colossale*, 2020-2022), grâce aux opportunités offertes par les plateformes internationales. Le succès des *webtoons* a également suscité l'intérêt de l'industrie cinématographique et télévisuelle, avec des adaptations en *anime* et en *K-drama* qui ont grandement contribué à leur succès. Le *webtoon* a également servi de modèle à d'autres formes de bande dessinée, notamment les mangas, puisque les éditeurs japonais commencent à proposer des formules similaires (lecture verticale, gratuité) afin de rivaliser avec les *webtoons* coréens. Bien que la lecture verticale puisse présenter certains inconvénients pour la narration visuelle, il est indéniable que le *webtoon* inspire de nouvelles formes d'expression pour la bande dessinée. Notons tout de même que l'industrie du

manga imprimé au Japon est fortement concurrencée puisque plus de 60 % des ventes aujourd’hui sont numériques¹⁴⁶.

Enfin, un autre phénomène récent est apparu au cours de ces cinq dernières années en France, comme aux États-Unis : les *webtoons* sont désormais publiés en livre imprimé par des éditeurs de mangas, dans des collections dédiées. Ceux-ci ont bien compris le potentiel commercial des *webtoons*. On peut peut-être regretter la perte de l’aspect dynamique de la lecture verticale puisque la mise en page est standard (les cases sont réparties comme celles des bandes dessinées traditionnelles, collées les unes à côté des autres). Cela dit, ces adaptations imprimées sont plutôt des produits dérivés, destinés aux fans et à la mise en vitrine (promotion) des *webtoons*. Plus besoin de télécharger l’application pour connaître la liste des titres disponibles ; les plus populaires sont alors accessibles à un public déconnecté. En somme, le *webtoon* est une forme de bande dessinée qui a su s’adapter aux nouveaux usages et technologies de notre époque, tout en permettant une réappropriation culturelle à travers le monde. Il représente donc un phénomène à suivre de près pour comprendre l’évolution de la bande dessinée.



Figure 31 : Adaptation papier du webtoon *Solo Leveling*

¹⁴⁶ Haruyuki Nakano, « Le manga sur portable : la locomotive du commerce de la bande dessinée digitale au Japon » (traduit du japonais par Julien Bouvard), dans Morgan di Salvia et Pascal Lefèvre (dir.), *Bande dessinée et illustration en Belgique : État des lieux et situation socio-économique du secteur*, Bruxelles, SmartBe, novembre 2010, p. 125-138.

CONCLUSION

L'internationalisation du manga, alimentée par sa transition numérique, témoigne de la remarquable capacité d'adaptation de cette forme d'art face aux nouvelles dynamiques du marché, en particulier avec l'essor des *webtoons*. Si le manga a longtemps dominé la scène mondiale de la bande dessinée, l'émergence des *webtoons*, portés par des plateformes comme *WEBTOON*, a introduit un modèle de consommation plus interactif et flexible. Cette révolution numérique, avec son format vertical et sa lecture optimisée pour les écrans, a trouvé un écho particulier auprès d'un public jeune, connecté et en quête d'une expérience plus immédiate et participative.

Face à ce phénomène, l'industrie du manga a fait preuve d'une résilience impressionnante. Plutôt que de se laisser supplanter, elle a su se réinventer. Les éditeurs japonais ont ainsi adapté leur stratégie en intégrant certains éléments clés des plateformes de *webtoons* ayant trait autant au format – comme la lecture verticale – qu'au modèle économique, avec la gratuité des premiers chapitres, tout en conservant l'essence de leur modèle traditionnel. Des plateformes comme *MANGA Plus* illustrent cette démarche hybride, alliant la flexibilité du numérique et la rigueur de l'édition classique. En préservant sa structure éditoriale, le manga conserve son identité tout en répondant aux nouvelles attentes des lecteurs mondiaux. Cet ajustement n'est pas uniquement un phénomène isolé au Japon. La mondialisation des *webtoons*, avec des succès tels que *Lore Olympus* ou *Colossale*, a contribué à une hybridation des formats, engendrant une circulation transnationale des œuvres. Cette dynamique « glocal » a permis à des auteurs du monde entier de toucher un large public, tout en nourrissant un échange fertile entre les formats. En ce sens, si les *webtoons*

n'ont pas effacé le manga, ils ont plutôt ouvert la voie à une reconfiguration des frontières entre différents types de bande dessinée.

Cette révolution numérique n'est pas sans défis. L'absence de médiation éditoriale dans les plateformes de *webtoons*, qui favorisent la publication libre et directe des auteurs, peut entraîner une pression importante sur les créateurs, parfois au détriment de leur bien-être. En comparaison, le manga bénéficie toujours du soutien structurel d'une maison d'édition, garantissant une plus grande supervision éditoriale et une continuité dans la production des œuvres (bien que les mangaka subissent un rythme effréné dans la production de chapitres et que plusieurs souffrent de problèmes de santé par épuisement). Shûeisha, avec ses plateformes numériques comme *MANGA Plus*, a su proposer son catalogue là où d'autres éditeurs japonais peinent encore à suivre, offrant ainsi aux lecteurs internationaux une expérience légale et gratuite qui les éloigne de l'offre pirate. Cependant, la prédominance de mangas d'action pour adolescents dans le catalogue de Shûeisha pourrait susciter un certain désintérêt chez les lecteurs, qui, privés de diversité dans les genres, risquent de se lasser. L'absence d'autres types de récits pourrait limiter l'attrait de l'offre légale sur le long terme, soulignant l'importance pour Shûeisha d'étendre son offre pour capter une audience plus large et plus diversifiée.

En définitive, la montée en puissance des *webtoons* n'a pas écarté le manga du paysage numérique, bien au contraire. Ce dernier a su s'adapter aux nouvelles exigences du marché tout en préservant son héritage. La coexistence de ces deux modèles montre qu'au-delà de la concurrence, une forme de complémentarité existe, permettant aux lecteurs de profiter d'une grande diversité de contenus. L'internationalisation du manga, soutenue par son ouverture aux plateformes numériques et sa capacité à se réinventer, confirme que sa place sur la scène mondiale reste solide et que son avenir s'inscrit dans une évolution continue et dynamique. Cela étant dit, peut-être que la

convergence des formats, des pratiques et des influences culturelles ouvre la voie à une nouvelle ère pour la bande dessinée, et pourquoi pas l'accomplissement du mouvement graphique et littéraire transculturel fondé par Frédéric Boilet en 2001, avec la *Nouvelle Manga*.

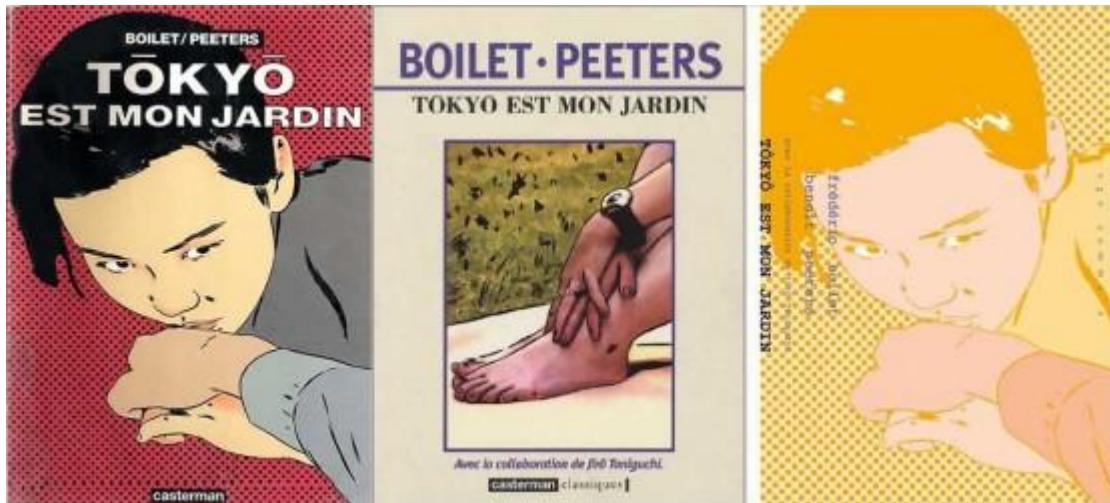


Figure 32 : *Tôkyô est mon jardin*, bande dessinée de Frédéric Boilet et Benoît Peeters avec des trames du mangaka Jirô Taniguchi est un exemple de ce mouvement artistique transculturel

BIBLIOGRAPHIE

Corpus primaire

SHUEISHA.Inc., MANGA Plus by Shueisha, version 1.9.10, 2019, MANGA Plus by Shueisha, URL : <https://mangaplus.shueisha.co.jp/>.

VIZ Media, LLC, Shonen Jump Manga & Comics, version 4.3.16, 2018, Shonen Jump, URL : <https://www.viz.com/shonenjump>.

Webtoon Entertainment Inc., WEBTOON, version 2.12.4, 2019, WEBTOON, URL : <https://www.webtoon.com/en/>.

Références critiques et théoriques

AZUMA, Hiroki, *Génération Otaku : Les enfants de la postmodernité*, Paris, Hachette littératures, 2008.

BALPE, Jean Pierre, *Hyperdocuments, hypertextes, hypermédias*, Paris, Eyrolles, 1990.

BAUDRY, Julien, « Histoire de la bande dessinée numérique française », *NeuvièmeArt2.0* [en ligne], avril-juin 2012, URL : <http://neuviemeart.citebd.org/spip.php?rubrique72>.

BERNDT, Jacqueline et Bettina Kümmerling-Meibauer (dir.), *Manga's Cultural Crossroads*, New York, Routledge, 2013.

BONACCORSI, Julia, « Chapitre 6 – Approches sémiologiques du web », dans Christine Barats (dir.), *Manuel d'analyse du web en Sciences Humaines et Sociales*, Paris, Armand Colin, 2013, p. 125-146.

BOUSSIOUT, Jean-Marie, « Quelques questions sur la globalisation culturelle », *Critique internationale*, n° 38, Paris, Presses de Sciences Po, 2008, p. 9-18, URL : <https://www.jstor.org/stable/24565254>.

BOUSSIOUT, Jean-Marie, « Pourquoi le manga est-il devenu un produit culturel global ? », *Esprit*, n° 7, 2008, p. 42-55, DOI : <https://doi.org/10.3917/espri.346.0042>.

BOUSSIOUT, Jean-Marie, *Manga : Histoire et univers de la BD japonaise* [2010], Arles, Picquier, 2014.

BOUVARD, Julien, « Réflexions sur le manga éducatif », *Image & Narrative*, vol. 12, n° 1, mars 2011, p. 189-205, URL : <http://www.imageandnarrative.be/index.php/imagenarrative/article/view/132>.

BOUVARD, Julien, « L'internationalisation de la culture populaire japonaise et les paradoxes du Cool Japan », *Monde chinois*, vol. 42, n° 2, 2015, p. 84-91, DOI : <https://doi.org/10.3917/mochi.042.0084>.

BRIENZA, Casey, *Manga in America: Transnational Book Publishing and the Domestication of Japanese Comics*, New York, Bloomsbury Publishing Plc, 2016.

Bureau International de l'Édition Française, « L'édition au Japon en chiffres », *bief.org* [en ligne], novembre 2023, URL : https://www.bief.org/fichiers/operation/4043/media/9518/JAPON_2023.pdf.

CAMPS, Andres, *Le Webtoon, le renouveau de la BD numérique : Histoire, caractéristiques et mondialisation*, mémoire, Université Toulouse Jean Jaurès, 2021, 313 f.

CARIGNAN, Isabelle et Clémence Préfontaine, « Les stratégies en lecture hypertextuelle », Québec français, n° 136, p. 52-54, hiver 2005, URL : <https://www.erudit.org/fr/revues/qf/2005-n136-qf1182920/55524ac/>.

CLEMENTS, Jonathan, « Tezuka's Anime Revolution in Context », *Mechademia: Second Arc*, vol. 8, University of Minnesota Press, 2013, p. 214-226.

COHN, Neil, *The Visual Language of Comics: Introduction to the Structure and Cognition of Sequential Images*, New York, Bloomsbury Publishing, 2013.

COHN, Neil et Sean Ehly, « The Vocabulary of Manga: Visual Morphology in Dialects of Japanese Visual Language », *Journal of Pragmatics*, vol. 92, 2016, p. 17-29, DOI: <https://doi.org/10.1016/j.pragma.2015.11.008>.

FOURNELLE, Philippe, *Les « animes » japonais diffusés à la télévision québécoise de langue française entre 1980 et 1999*, mémoire, Université du Québec à Montréal, 2022, 160 f.

HERNANDEZ PEREZ, Manuel (dir.), *Japanese Media Cultures in Japan and Abroad Transnational Consumption of Manga, Anime and Media Mixes*, MDPI, 2019, DOI: <https://doi.org/10.3390/books978-3-03921-009-1>.

MIE, Maria Inez, « Dead and Deadly Females: Junji Ito's Tomie and the Legacy of the Female Vengeance Ghost », School of the Art Institute of Chicago, Chicago, Illinois, 2015, f. 67.

IWABUCHI, Koichi, *Recentering Globalization: Popular Culture and Japanese Transnationalism*, Durham, Duke University Press, 2002, DOI: <https://doi.org/10.1215/9780822384083>.

JENKINS, Henry, *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*, New York, New York University Press, 2006.

JENKINS, Henry, « Sharing Notes about Collective Intelligence », *Pop Junctions* [en ligne], 3 février 2008, URL: http://henryjenkins.org/blog/2008/02/last_week_my_travels_took.html.

JENKINS, Henry, « Transmedia Storytelling 101 », *Pop Junctions* [en ligne], 2007, 21 mars 2007, URL: http://henryjenkins.org/2007/03/transmedia_storytelling_101.html#sthash.gSETwxQX.dpu.f.

LALU, Julien, « Pikachu diabolisé. Analyse des discours anti-Pokémon dans le monde chrétien. », *Sciences et jeu* [en ligne], n°15, 27 juin 2021, DOI : <https://doi.org/10.4000/sdj.3215>.

LAMARRE, Thomas, *The Anime Machine: Media Theory of Animation*, Minneapolis, University of Minnesota Press, 2009.

LAMARRE, Thomas, *The Anime Ecology: A Genealogy of Television, Animation, and Game Media*, Minneapolis, University of Minnesota Press, 2018.

LEE, Hye Kyung, « Cultural Consumers as “New Cultural Intermediaries”: Manga Scanlators », *Arts Marketing: An International Journal*, vol. 2, n° 2, 2012, p. 131-143, DOI: <https://doi.org/10.1108/20442081211274011>.

LYNN, Hyung-Gu, « Korean Webtoons: Explaining Growth », 韓国研究センタ一年報, vol.16, 2016, URL: <https://apm.sites.olt.ubc.ca/files/2016/02/HG-Lynn-Korean-Webtoons-Kyushu-v16-2016.pdf>.

MACWILLIAMS, Marc W., *Japanese Visual Culture: Explorations in the World of Manga and Anime*, New York, Routledge, 2008.

MCCLOUD, Scott, *L'Art invisible* [1993], Paris, Delcourt, 2008.

MCCLOUD, Scott, *Réinventer la bande dessinée* [2000], Paris, Delcourt, 2015.

NAKANO, Haruyuki, « Le manga sur portable : La locomotive du commerce de la bande dessinée digitale au Japon » [traduit du japonais par Julien Bouvard], dans Morgan di Salvia et Pascal Lefèvre (dir.), *Bande dessinée et illustration en Belgique : État des lieux et situation socio-économique du secteur*, Bruxelles, SmartBe, novembre 2010, p. 125-138.

PARC, Jimmyn, Hongjin Park et Kyuchan Kim, « The lagged Development of the Korean Manhwa Industry from 1910 to the Present: The Formation of Negative Perceptions », *Archiv Orientalni*, vol. 91, n° 1, 1^{er} juillet 2023, p. 169-192, DOI: 10.47979/aror.j.91.1.169-196.

POUPÉE, Karyne, *Histoire du manga : l'école de la vie japonaise*, Paris, Tallandier, 2010.

PRUVOST-DELASPRE, Marie (dir.), *L'animation japonaise en France*, Paris, Éditions L'Harmattan, 2016.

SCHODT, Frédéric L., *Manga! Manga! The World of Japanese Comics*, Kodansha International, 1983.

SCHODT, Frédéric L., *Dreamland Japan: Writings on Modern Japan*, Berkeley, Stone Bridge Press, 1996.

SHIRONG LU, Amy, « The Many Faces of Internationalization in Japanese Anime », *animation: an interdisciplinary journal* [en ligne], vol. 3(2), 2008, p. 169-187, URL: <https://www.amyshironglu.com/pdf/Lu%20AS%20Animation%202008.pdf>.

SOUCHIER Emmanuël, Étienne Candel et Gustavo Gomez-Mejia, avec la collaboration de Valérie Jeanne Perrier, *Le Numérique comme écriture. Théories et méthodes d'analyse*, Paris, Armand Collin, 2019, DOI : <https://doi.org/10.4000/questionsdecommunication.23183>.

STEINBERG, Marc, *Anime's Media Mix: Franchising Toys and Characters in Japan*, University of Minnesota Press, 2012.

SUVILAY, Bounthavy, « Traduire les best sellers du manga : entre “domestication” et “exotisation” », *Revue Critique de Fixxion Française Contemporaine* [en ligne], 2018, p. 189-201, URL : <https://shs.hal.science/halshs-02398728>.

SUVILAY, Bounthavy, *Réception et recréation de « Dragon Ball » en France : manga, « anime », jeux vidéo. Pour une histoire matérielle de la fiction (1988-2018)*, thèse de l'Université de Montpellier 3, 2019, 531 f.

TSUCHIYA DOLLASE, Hiromi, « Shôjo Spirits in Horror Manga », *U.S.-Japan's Women's Journal*, n°38, University of Hawai'i Press on Behalf of International Institute of Gender and Media, 2010, p.59-80, URL : <https://www.jstor.org/stable/pdf/42772010.pdf>.

VENUTI, Lawrence, *The Translator's Invisibility: A History of Translation* [1995], Londres, Routledge, 2008.

WOHNO, Jang et Jung Eun Song, « Webtoon as a New Korean Wave in the Process of Glocalization », Université de Séoul, *Kritika Kultura* [en ligne], n° 29, 2017, p. 168-187, https://barnettcenter.osu.edu/sites/default/files/2019-08/webtoon_as_a_new_korean_wave.pdf.

WONG, Wendy Siuyi, « Globalizing Manga: From Japan to Hong Kong and Beyond », *Mechademia: Second Arc*, vol. 1 (Emerging Worlds of Anime and Manga), 2006, p. 23-45.

Sources non-scientifiques

ACUNA, Kirsten, « Millions in Korea are obsessed with these revolutionary comics — now they're going global », *Insider* [en ligne], 11 février 2016, URL: <https://www.businessinsider.com/what-is-webtoons-2016-2?IR=T>.

Animememorial, « Tetsuwan Atom liste des épisodes » [en ligne], s. d., consulté le 14 juillet 2023, URL : <http://www.animememorial.net/en/episodes/1-Tetsuwan-Atom>.

Archipel, *Alternative Paths to Manga* [vidéo en ligne], consulté le 31 janvier 2022, URL: <https://www.youtube.com/watch?v=x7Yo87NYhEk>.

Bearing Point, « Notes d'opportunités sur les industries culturelles et créatives de Corée du Sud », 2023, URL : https://kr.ambafrance-culture.org/wp-content/uploads/2023/02/AF-Coree-du-Sud_Etude-ICC_Fiche-webtoon.pdf.

CAYANAN, Joanna, « Le Shonen Jump+ lance une nouvelle appli de storyboard avec un concours en partenariat avec Netflix et Toho », *AnimeNewsNetwork* [en ligne], 12 juillet 2023, URL : <https://www.animenewsnetwork.com/fr/news/2023-07-12/le-shonen-jump-lance-une-nouvelle-appli-de-storyboard-avec-un-concours-en-partenariat-avec-netflix-/.200183>.

Draw Like Niho Ame, « Le manga est-il un produit, ou une oeuvre. » [vidéo en ligne], consulté le 2 février 2023, URL: https://www.youtube.com/watch?v=sP_1B6jYO8w.

EISENBEIS, Richard, « Manga Up! Censors Everything from Cleavage to... Knees!? », *AnimeNewsNetwork* [en ligne], 29 juillet 2022, URL: <https://www.animenewsnetwork.com/interest/2022-07-29/manga-up-censors-everything-from-cleavage-to-knees/.188135>.

藤井涼, « 少年ジャンプ副編集長に聞く「電子版」の狙い--ジョジョ新作や作家発掘も », *CNET Japan* [en ligne], 1^{er} novembre 2014, URL : <https://japan.cnet.com/article/35055955/>.

GFK, « Une année 2021 hors norme pour les acteurs de la bd » [en ligne], 28 janvier 2022, URL : <https://www.gfk.com/fr/press/annee-2021-hors-norme-pour-les-acteurs-de-la-bd>.

HARDING, Daryl, « Manga PLUS Editor Yuta Momiyama Claims Manga Sales Will Split Evenly Between Japan and Overseas in 10 years », *Crunchyroll* [en ligne], 15 septembre 2021, URL: <https://www.crunchyroll.com/anime-news/2021/09/16/manga-plus-editor-yuta-momiyama-claims-manga-sales-will-be-split-evenly-between-japan-and-overseas-in-10-years>.

HODGKINS, Crystalyne, « Orange Inc. to Release e-Bookstore Service emaqi Featuring Manga This Summer », *AnimeNewsNetwork* [en ligne], 7 mai 2024, URL: <https://www.animenewsnetwork.com/news/2024-05-07/orange-inc-to-release-e-bookstore-service-emaqi-featuring-manga-this-summer/.210484>.

HOLMBERG, Ryan, « Tezuka Osamu and American Comics », *The Comics Journal*, 16 juillet 2012, URL: <https://www.tcj.com/tezuka-osamu-and-american-comics/>.

HOLMBERG, Ryan, « The Bottom of a Bottomless Barrel: Introducing Akahon Manga », *The Comics Journal* [en ligne], 5 janvier 2012, URL: <https://www.tcj.com/the-bottom-of-a-bottomless-barrel-introducing-akahon-manga/>.

HOLMBERG, Ryan, « Tatsumi Yoshihiro 1935-2015 », *The Comics Journal* [en ligne], 12 mars 2015, URL: <https://www.tcj.com/tatsumi-yoshihiro-1935-2015/>.

INA Politique, *Plateau Ségolène Royal* [vidéo en ligne], consulté le 12 septembre 2023, URL : https://youtu.be/8IFeTcDV2ng?si=EAOPMspzlN5JJC_1&t=294.

INGHILTERRA, Rémi, « Sourya en appelle à ses lecteurs pour continuer Talli » ; *9emeArt par Bubble* [en ligne], 23 février 2021, URL : <https://www.bubblebd.com/9emeart/bd/actualites/sourya-en-appelle-a-ses-lecteurs-pour-continuer-talli>.

ジャンプ・デジタルラボ/少年ジャンプ+, « 海外の漫画ファンってどんな人? 「MANGA Plus」のユーザーアンケート結果を公開してみます。 », 20 octobre 2022, *note* [en ligne], URL : <https://note.com/jumpdigitallab/n/n57115650f03a>.

LACHASSE, Jérôme, « “Colossale”, le webtoon aux 6 millions de vues, débarque en librairie », *BFMTV* [en ligne], 17 janvier 2023, URL : https://www.bfmtv.com/people/bandes-dessinees/colossale-le-webtoon-aux-6-millions-de-vues-debarque-en-librairie_AN-202301170495.html.

LACHASSE, Jérôme, « Pour la première fois, 1 BD sur 2 vendue en France est un manga : “Ça explose à tous les niveaux” », *BFMTV* [en ligne], 13 septembre 2021, URL : https://www.bfmtv.com/people/bandes-dessinees/le-nouvel-age-d-or-du-manga-en-france-ca-explose-a-tous-les-niveaux_AN-202109130183.html.

LACHASSE, Jérôme, « Tout comprendre – Le succès des webtoons, les BD numériques venues de Corée du Sud », *BFMTV* [en ligne], 26 juin 2021, URL : https://www.bfmtv.com/people/bandes-dessinees/tout-comprendre-le-succes-des-webtoons-les-bd-numeriques-venues-de-coree-du-sud_AN-202106260029.html.

La 5e de Couv', « Manga Plus débarque en France – La 5e de Couv' – Saison 7 épisode 8 », *La 5e de Couv'*, [vidéo en ligne], consulté le 16 novembre 2021, URL : https://www.youtube.com/watch?v=kxxq5GOVt5M&t=118s&ab_channel=La5edeCouv%27.

LEE, Jaemin, « A Brief History of webtoons – accessible version », *Victoria & Albert Museum* [en ligne], s. d., URL : https://www.vam.ac.uk/articles/a-brief-history-of-webtoons-accessible-version?srsltid=AfmBOorlF-vipRwcM0h8pxZvG0jYRnm5h0mDC04KiDso3hqdUguKbK3_.

LeStream Replay, *Fédoua Lamodière: traductrice française de manga nous parle de son métier ! Manga Sûr* [vidéo en ligne], consulté le 9 mai 2021, URL : https://www.youtube.com/watch?v=m6AzmyZwRI0&ab_channel=LeStreamReplay.

MATEO, Alex, « Manga Plus Launchs News Subscription Service », *AnimeNewsNetwork* [en ligne], 4 octobre 2023, URL : <https://www.animenewsnetwork.com/news/2023-10-04/manga-plus-launches-new-subscription-service/.203091>.

MINTO, Evan, « Life With Maga God Osamu Tezuka: An Interview with Frederik Schodt », *Crunchyroll* [en ligne], 10 novembre 2017, URL : <https://www.crunchyroll.com/news/features/2017/11/10/life-with-manga-god-osamu-tezuka-an-interview-with-frederik-schodt?srsltid=AfmBOoqn4sN0MTNvW05DdMSBY1rSzt6oj5KpIyzVA53Z3XKwduYt2BpS>.

MIYAZAKI, Hayao, *Starting Point: 1979-1996*, Viz Media, 2014.

NESblog / Speed Game, *Le JV et ses cultures dans le Japon contemporain – avec Julien Bouvard* [vidéo en ligne], consulté le 19 juillet 2023, URL : https://www.youtube.com/watch?v=nzkJw4oNBXY&ab_channel=NESblog%2FSpeedGame.

O-Taku Manga Lounge, *LANCEMENT ÉDITIONS KOTOON –Entrevue avec Grégoire Hellot* [vidéo en ligne], consulté le 8 février 2023, URL : <https://youtu.be/BdkCoOZvfOo?t=905>.

PAQUOT, Valentin, « Manga Plus : dans les coulisses de la nouvelle plateforme gratuite », *L'Internaute* [en ligne], 27 septembre 2021, URL : <https://www.linternaute.com/livre/mangas/2570292-manga-plus-dans-les-coulisses-de-la-nouvelle-plateforme-gratuite/>.

PAQUOT, Valentin, « “Nous voulons convaincre les éditeurs internationaux de la richesse culturelle du manga” », *L'Internaute* [en ligne], 25 octobre 2022, URL : <https://www.linternaute.com/livre/mangas/2671512-nous-voulons-convaincre-les-editeurs-internationaux-de-la-richesse-culturelle-du-manga/>.

PAQUOT, Valentin, « Shihei Lin : l’homme qui murmurait à l’oreille des mangakas ! », *L'Internaute* [en ligne], 22 octobre 2021, URL : <https://www.linternaute.com/livre/mangas/2560538-shihei-lin-l-homme-qui-murmurait-a-l-oreille-des-mangakas/>.

PINEDA, Rafael Antonio, « One Piece Manga Sets Guinness World Record With Over 500 Million Published », *AnimeNewsNetwork* [en ligne], 4 août 2022, URL :

<https://www.animenewsnetwork.com/news/2022-08-04/one-piece-manga-sets-guinness-world-record-with-over-500-million-published/.188352>.

PINEDA, Rafael Antonio, « Viz Media Raises Shonen Jump Service's Subscription Price to US\$2.99 », *AnimeNewsNetwork*, 13 décembre 2022, URL: <https://www.animenewsnetwork.com/daily-briefs/2022-12-13/viz-media-raises-shonen-jump-service-subscription-price-to-usd2.99/.192899>.

RantNavTalksAnime, *Every Change 4kids Made to One Piece: Baratie Arc* [vidéo en ligne], consulté le 30 novembre 2023, URL: <https://youtu.be/PZf1mNDTiM?si=IcvJ54s2iEg2utT6&t=216>.

REID, Calvin, « Webtoon Builds an Audience for Webcomics », *publishersweekly.com* [en ligne], 30 août 2019, URL: <https://www.publishersweekly.com/pw/by-topic/industry-news/comics/article/81073-webtoon-builds-an-audience-for-webcomics.html>.

SALKOWITZ, Rob, « Webtoon CEO Sees Massive Growth And New Opportunities In U.S. Market », *Forbes* [en ligne], 2021, URL: <https://www.forbes.com/sites/robsalkowitz/2021/11/02/webtoon-ceo-sees-massive-growth-and-new-opportunities-in-usmarket/?sh=6c60951b7707>.

SANKA Naga, MITTAL Neha et Vitika Verma, « Webtoons Market by Types (Comedy, Action, Sci Fic, Horror, Romance, Others), by Revenue Model (Subscription Based, Adds bases), by Application (Mobile, Laptop, Tablets, Television): Global Opportunity Analysis and Industry Forecast, 2021-2030 », *Allied Market Research* [en ligne], juillet 2022, URL: <https://www.alliedmarketresearch.com/webtoons-market-A16830>.

STEWART, Ronald, « Manga Studies n°2: Manga history: Shimizu Isao and Miyamoto Hirohito on Japan's first modern 'manga' artist Kitazawa Rakuten », *Comics Forum* [en ligne], 15 juin 2014, URL: <https://comicsforum.org/2014/06/14/manga-studies-2-manga-history-shimizu-isao-and-miyamoto-hirohito-on-japans-first-modern-manga-artist-kitazawa-rakuten-by-ronald-stewart/>.

TANTIMEDH, Adi, « WEBTOON is the World's Most Successful Comics Publisher – And You Hadn't Heard of it Till Now », *Bleeding Cool* [en ligne], 2 septembre 2019, URL: <https://bleedingcool.com/comics/webtoon-is-the-worlds-most-successful-comics-publisher-and-you-hadnt-heard-of-it-till-now/>.

TheXsable, « "L'argent de Capcom va avoir..." : Une collaboration entre Street Fighter 6 et ce manga ultra populaire fait déjà l'unanimité », *Jeuxvideo.com* [en ligne], 2023, URL : <https://www.jeuxvideo.com/news/1774502/l-argent-que-capcom-va-avoir-une-collaboration-entre-street-fighter-6-et-ce-manga-ultra-populaire-fait-deja-l-unanimite.htm>.

Unreal Engine, *Manga Artist Inio Asano Uses Real-Time Tools. Spotlight. Unreal Engine* [vidéo en ligne], consulté le 22 juillet 2023, URL: https://www.youtube.com/watch?v=UuX6ldtaflc&ab_channel=UnrealEngine.

Usabilis, « Qu'est-ce-que l'affordance ? », *Usabilis* [en ligne], 20 février 2018, URL : <https://www.usabilis.com/definition-affordance/>.

Victoria & Albert Museum, « A Brief History of webtoons – accessible version » [en ligne], URL: https://www.vam.ac.uk/articles/a-brief-history-of-webtoons-accessible-version?srsltid=AfmBOorlF-vipRwcM0h8pxZvG0jYRnm5h0mDC04KiDso3hqdUguKbK3_.

S. a., « Glénat répond sur les choix de traduction dans One Piece », *Manga News* [en ligne], 8 janvier 2019, URL : <https://www.manga-news.com/index.php/actus/2019/01/08/Glenat-repond-sur-les-choix-de-traduction-dans-One-Piece>.

S. a., « Japanese and European Mobile Are Not So Different, But Europe's Operators Have A Lot To Learn, Forrester Argues », *Forrester* [en ligne], 15 novembre 2001, URL: <https://www.forrester.com/press-newsroom/japanese-and-european-mobile-are-not-so-different-but-europees-operators-have-a-lot-to-learn-forrester-argues/>.

Mangas et *webtoons* cités

AKASAKA, Asa et Yokoyari Mengo, *Oshi no Ko, Shônen Jump+*, 2020-2024.

AKUTAMI, Gege, *Jujutsu Kaisen*, *Weekly Shônen Jump*, 2018-2024.

AMANO, Akira, *éiDLIVE*, *Shônen Jump+*, 2013-2018.

AMANO, Akira, *Ron Kamonohashi : Deranged Detective*, *Shônen Jump+*, 2020-en cours.

ARAKAWA, Hiromu, *Fullmetal Alchemist*, *Shônen Gangan*, 2001-2010.

ENDÔ, Tatsuya, *Spy x Family*, *Shônen Jump+*, 2019-en cours.

FUJIMOTO, Tatsuki, *Chainsaw Man*, 2018-en cours.

FURUDATE, Haruichi, *Haikyû!!*, *Weekly Shônen Jump*, 2012-2020.

HIGASHIMURA, Akiko, *Tokyo Tarabeta Girls, Kiss*, 2014-2017.

HIRAMOTO, Akira, *Me and the Devil Blues, Afternoon*, 2003-en cours.

HIRATA, Hiroshi, *L'argent du déshonneur*, Mr. Magazine, 1987.

HIRATA, Hiroshi, *Satsuma, l'honneur des samouraïs*, *Weekly Manga Goraku*, 1977-1982.

HORANG, *Histoires de cauchemar 2020*, *WEBTOON* [En ligne], 2020, URL : https://www.webtoons.com/fr/horror/horang-horror/list?title_no=2184.

HOSHINO, Katsura, *D.Gray-Man*, *Weekly Shônen Jump*, 2004-en cours.

IKEGAMI, Ryôichi, *Crying Freeman*, *Big Comic Spirit*, 1986-1988.

IKEGAMI, Ryôichi, *Sanctuary*, *Big Comic Superior*, 1990-1995.

INAGAKI, Riichiro et Boichi, *Dr. Stone*, *Weekly Shônen Jump*, 2017-2024.

INOUE, Takehiko, *Slam Dunk*, *Weekly Shônen Jump*, 1990-1996.

ISAYAMA, Hajime, *L'Attaque des Titans*, *Bessatsu Shônen Magazine*, 2009-2021.

ITÔ, Junji, *Tomie*, *Monthly Halloween*, 1987-2000.

- JAKI, Rafal et MACHINE GAMU, *No\Name*, *Shônen Jump+*, 2024-2025.
- KAKU, Yûji, *Hell's Paradise*, *Shônen Jump+*, 2018-2021.
- KAMIMURA, Kazuo, *Lady Snowblood*, *Weekly Playboy*, 1972-1973.
- KATÔ, Kôhei, ミリオンモージャ, *Jump TOON*, 2024.
- KAWAGUCHI, Kaiji, *Zipang*, *Morning*, 2000-2009.
- KISHIMOTO, Masashi, *Naruto*, *Weekly Shônen Jump*, 1999-2014.
- KÔMOTO, Hajime, *Mashle*, *Weekly Shônen Jump*, 2020-2023.
- KUBO, Tite, *Bleach*, *Weekly Shônen Jump*, 2001-2016.
- MATSUMOTO, Naoya, *Kaiju n° 8*, *Shônen Jump+*, 2020-en cours.
- MIZUKI, Shigeru, *Kitarô le repoussant*, *Weekly Shônen Magazine*, 1965-1986.
- MIZUKI, Shigeru, *NonNonBa*, *Chikuma Shobo*, 1992.
- MIZUKI, Shigeru, *Opération Mort*, *Shûkan Gendai*, 1973.
- MONKEY PUNCH, *Lupin III*, *Manga Action*, 1967-1972.
- MORITA, Masanori, *Rokudenashi Blues*, *Weekly Shônen Jump*, 1988-1997.
- NAGAI, Go, *Mazinger Z*, *Weekly Shônen Jump*, 1972-1973.
- ODA, Eiichiro, *One Piece*, *Weekly Shônen Jump*, 1997-en cours.
- OKU, Hiroya, *Gantz*, *Weekly Young Jump*, 2000-2013.
- ÔTOMO, Katsuhiro, *Akira*, *Weekly Young Magazine*, 1982-1990.
- RUTILE et Diane Truc, *Colossale*, *WEBTOON*, 2020-2022,
URL : https://www.webtoons.com/fr/comedy/colossale/list?title_no=2378.
- SAITO, Takao, *Golgo 13*, *Big Comic*, 1968-en cours.
- SANPEI, Shirato, *Kamui Den*, *Garo*, 1964-1971.
- SAKAMOTO, Shinnichi, *Innocent*, *Weekly Young Jump*, 2013-2015.
- SMYTHE, Rachel, *Lore Olympus*, 2018-2020,
URL : https://www.webtoons.com/en/romance/lore-olympus/list?title_no=1320.
- SHONG, Sing, *Lecteur Omniscent*, *WEBTOON*, 2020-en cours,
URL : https://www.webtoons.com/en/action/omniscient-reader/list?title_no=2154.
- SIU, *Tower of God*, *WEBTOON*, 2010-en cours, URL :
https://www.webtoons.com/en/fantasy/tower-of-god/list?title_no=95.
- SHÛHÔ, Satô, *Give My Regards to Black Jack*, *Morning*, 2002-2006.
- TAKAHASHI, Kazuki, *Yu-Gi-Oh!*, *Weekly Shônen Jump*, 1996-2004.

- TAKAHASHI, Rumiko, *Maison Ikkoku, Big Comic Spirits*, 1980-1987.
- TAKAHASHI, Yoichi, *Captain Tsubasa, Weekly Shônen Jump*, 1981-1988.
- TANIGUCHI, Jiro, *Le Sommet des dieux, Business Jump*, 2000-2003.
- TANIGUCHI, Jiro, *Quartier lointain, Big Comic*, 1998.
- TEZUKA, Osamu, *Astro Boy, Shônen*, 1951-1968.
- TEZUKA, Osamu, *Bambi, Tsuru Shobo*, 1951.
- TORIYAMA, Akira, *Dragon Ball, Weekly Shônen Jump*, 1984-1995.
- TSUGE, Yoshiharu, *La Vis, Garo*, 1968.
- VIVES, Bastien, Balak et Michaël Sanlaville, *Lastman, Delitoon*, 2013-2019.
- YOUN, Inwan et Boichi, *Le Livre des Multivers, WEBTOON*, 2023-2024, URL :
https://www.webtoons.com/fr/action/super-string-marco-polos-travel-to-the-multiverse/list?title_no=5608.