

Bénédicte Tratnjek
13 décembre 2009

Le manga, ça sert aussi à faire de la géographie ?

Début décembre : une discussion entre amis sur le casse-tête annuel de la liste de jouets. De bonnes intentions : cette année, les jouets seront éducatifs ! Oui, mais voilà, nos chérubins n'aiment pas particulièrement les jouets éducatifs. Les cadeaux de Noël sont censés être aussi festifs que le rituel du repas familial des adultes. Et une demande de nos chérubins : des tomes de *Naruto* ou *Bleach* pour les garçons, de *Nana* ou *Fruits Basket* pour les filles, ou autres titres qui laissent les parents dubitatifs...



Manga, Noël et magasin : une trilogie d'actualité

Source : Collège Quentin de La Tour à Sains-Richaumont

Parler du manga pour faire de la géographie, voyons, tout cela n'est pas sérieux ! Cessons de détourner la célèbre formule d'Yves Lacoste pour lui faire dire n'importe quoi ! Et pourtant, ce propos est bel et bien sérieux ! Parce que le manga est un phénomène de « culture populaire » qui prend de plus en plus d'ampleur en France. Les mangas envahissent nos librairies : remarquez l'attroupement autour d'un rayon, des adolescents et même de plus en plus d'adultes assis ou accolés au rayon mangas au point d'obstruer des « honnêtes » clients. Force est de constater que les rayons qui sont consacrés aux mangas sont bien plus étoffés que les maigres planches dédiées à la géographie universitaire ! Des chercheurs en histoire et en sociologie se sont déjà emparés de la question. **Et si les mangas interrogeaient les géographes ?**

On peut ainsi se questionner sur les flux qu'empruntent aujourd'hui les mangas pour parvenir dans toutes les librairies de France, mais également sur leur présence sur les écrans de télévision depuis les années 1980. Parce que la France est le deuxième pays consommateur de mangas, au monde, derrière le Japon certes, mais devant tous les autres pays asiatiques dont les pays producteurs de ce type particulier de bandes dessinées (la Corée et la Chine principalement), tout cela en un temps très court (le « phénomène » manga en France peut être daté des années 1980). **Mondialisation.**

Pourtant, la façon de « consommer » les mangas est très différente en France : le produit ne se présente pas sous la même forme (pas de magazines de prépublication tels que le *Shonen Jump* pour publier les chapitres des plus grands succès semaine après semaine et décider de la vie ou de la mort d'une série), et n'est pas accessible de la même manière : le prix tout d'abord (l'équivalent de 2 euros pour un volume au Japon, pour une moyenne de 7 euros pour un tome en France : pour une série de 50 tomes, comptez l'énorme différence dans le « pouvoir d'achat » des jeunes collégiens et lycéens !), la diffusion ensuite. Certes, les librairies agrandissent leurs rayons « manga », mais le choix des séries arrivant en France reflète davantage une conception du manga comme un produit « pour enfants » (avec une très grande majorité de mangas destinés aux enfants sur les étagères de nos librairies, alors même qu'au Japon, le manga est destiné à tous et présente des formes aussi diverses que les mangas à usage pédagogique pour enseigner l'histoire du Japon, les mangas traitant des problèmes sociaux, les mangas dramatiques, les mangas pornographiques...). De plus, les lieux de la « consommation » du manga diffèrent : à quelques exceptions près, pas de cafés-manga en France, peu de lecteurs également dans les transports en commun. Les lieux de la lecture se font davantage dans les espaces de l'intime, surtout lorsque l'on a atteint un certain âge, qui ne convient pas avec l'image de lecteur de mangas. **Mondialisation, mais pas uniformisation.**

Il faut rappeler aussi que « manga » signifie « bande dessinée japonaise » et que chacun des pays producteurs de cette forme particulière de bande dessinée possède son propre type de « manga » : les manhua pour la Chine et les manhwa pour la Corée. Alors qu'en France, on désigne pêle-mêle la « bande dessinée asiatique » par le terme unique de « manga » comme si elle relevait d'une même culture sous prétexte d'avoir des formes de mise en page (en noir et blanc et sur petit format) similaires. **Mondialisation, mais pas toujours compréhension de « l'Autre ».**

Force est de constater que beaucoup d'adolescents viennent à s'intéresser à la langue et la culture japonaise afin de mieux comprendre les mangas qu'ils lisent et les « codes » qu'ils cachent. Mais on pourrait retrouver ce questionnement sur la mondialisation à travers de nombreux autres produits de la « culture populaire ». L'originalité viendrait plutôt d'une géographie dans le manga, dans le texte et les images qui sont proposés au lecteur. Le manga, comme toute autre forme de bande dessinée, produit des planches dans lesquelles sont retranscrites des imaginaires spatiaux sur lesquels les géographes peuvent se pencher pour tenter de décrypter **les interrelations entre les imaginaires des auteurs et les imaginaires reçus par les lecteurs** : quelles représentations de l'espace « réel » sont les plus vendeuses ? Quelles métaphores de l'urbaphobie, de l'urbaphilie, de l'attachement à la terre, des territoires du quotidien, des territoires de la guerre, des espaces du travail, des migrations, des espaces de l'enfermement, des espaces de la détente... ? Les historiens analysent de plus en plus la bande dessinée en général, et plus récemment le manga, en tant que forme particulière de témoignages. Mais la bande dessinée n'interroge pas seulement les liens entre art, mémoire et histoire. Elle propose également de nombreuses réflexions aux géographes, et à cet égard **le manga est particulièrement révélateur des liens entre géographie et imaginaire.**

Regardons ainsi ces manga de plus près : depuis ces nombreuses séries qui mettent en scène des jeunes adolescents dans leurs territoires du quotidien donnant ainsi à voir les mobilités, les espaces de vie, les territoires du loisir... dans la ville de Tokyo (tels que *Fruits Basket*, *Sakura card captor*, *Death Note*, la première partie de *Bleach...*), *City Hunter* (un manga plus connu en France sous le nom du dessin animé *Nicky Larson* qui met en scène les « zones d'ombre » de la ville de Tokyo autour du personnage principal, ancien mercenaire, devenu une sorte de justicier défendant les faibles), *Nana* (ce manga « best-seller » qui met en scène deux jeunes adultes d'une vingtaine qui quittent leur maison pour venir s'installer dans la ville de Tokyo où elles doivent apprendre à s'approprier dans leur nouveau quartier et à s'y ancrer par le biais de liens sociaux) ou *Les Gouttes de Dieu* (ce manga qui a enivré les ventes de vins français en Corée du Sud, dans lequel le héros part à la rencontre des terroirs viticoles français) ou plus récemment *Code Geass* (qui met en scène, après l'invasion du Japon par l'Empire de Britannia, la ville ségrégative poussée à son extrême avec d'un côté la superbe ville coloniale, et de l'autre le bidonville des « autochtones » qui ont été jusqu'à perdre le nom de leur peuple), **les mangas mettent ainsi en scène l'espace**. Espace vécu, espace représenté, espace fantasmé, espace idéalisé sont autant d'interrogations que propose la bande dessinée en général.

À l'image du **cinéma**, les mangas nous donnent à voir le monde à travers de filtres de **représentation**. Alors, moins de « regret » à offrir en ces fêtes de Noël des mangas à nos bambins : ils seront l'occasion d'une belle leçon de géographie !

Bénédicte Tratnjek.

© Les Cafés Géographiques - cafe-geo.net