

# Mangas

Supokon : simples divertissements ou outils au service de la pratique sportive ?

# & Sport

Laetitia Antonelli





Mémoire de master

Métiers du livre et de l'édition  
2021 - 2023

# Mangas

*Supokon : simples divertissements ou outils au service de la pratique sportive ?*

# & Sport

Laetitia Antonelli

Sous la direction de Sylvain Aquatias

Département des Sciences du langage de l'information et de la communication

# Table des matières

<b>Introduction</b>	<b>11</b>
<b>Première partie : état de l'art</b>	<b>17</b>
<b>Une Histoire du manga</b>	<b>19</b>
• Les prémices	19
• Époque d'Edo (1603-1868)	20
• Ère Meiji (1868-1912)	22
• Ère Taisho (1912-1926)	24
• Ère Showa (1926-1989)	25
• Au début du XXI <sup>e</sup> siècle	31
<b>Caractéristiques et Histoire des <i>supokon</i></b>	<b>33</b>
• Caractéristiques des <i>supokon</i>	33
• Histoire des <i>supokon</i>	40
<b>Le marché des mangas en France</b>	<b>47</b>
• Les mangas arrivent en France	47
• Aujourd'hui les mangas	49
• Et les <i>supokon</i> ?	51
<b>Seconde partie : méthodologie</b>	<b>53</b>
<b>Présentation de la méthode de recherche</b>	<b>55</b>
<b>Présentation de l'échantillon</b>	<b>59</b>
• Choix des sports et des équipes	59
• Présentation des équipes	63
• Difficultés	64
<b>Présentation des résultats généraux</b>	<b>67</b>
• Panorama global des sportifs	67
• Représentation du sport	68
<b>Troisième partie : résultats</b>	<b>71</b>
<b>Le manga et le sport</b>	<b>73</b>
• Lire des mangas	73
• Lire des <i>supokon</i>	78
• Lire des <i>supokon</i> sur sa pratique	80

**Le supokon et les sports ..... 83**

- *Supokon* et basketball .....83
- *Supokon* et football.....85
- *Supokon* et volleyball .....88
- Face à face : basketball, football, volleyball .....92

**Promotion entre sports et *supokon* ..... 101**

- Promotion des sports..... 101
- Promotion des sports par les *supokon* ..... 103

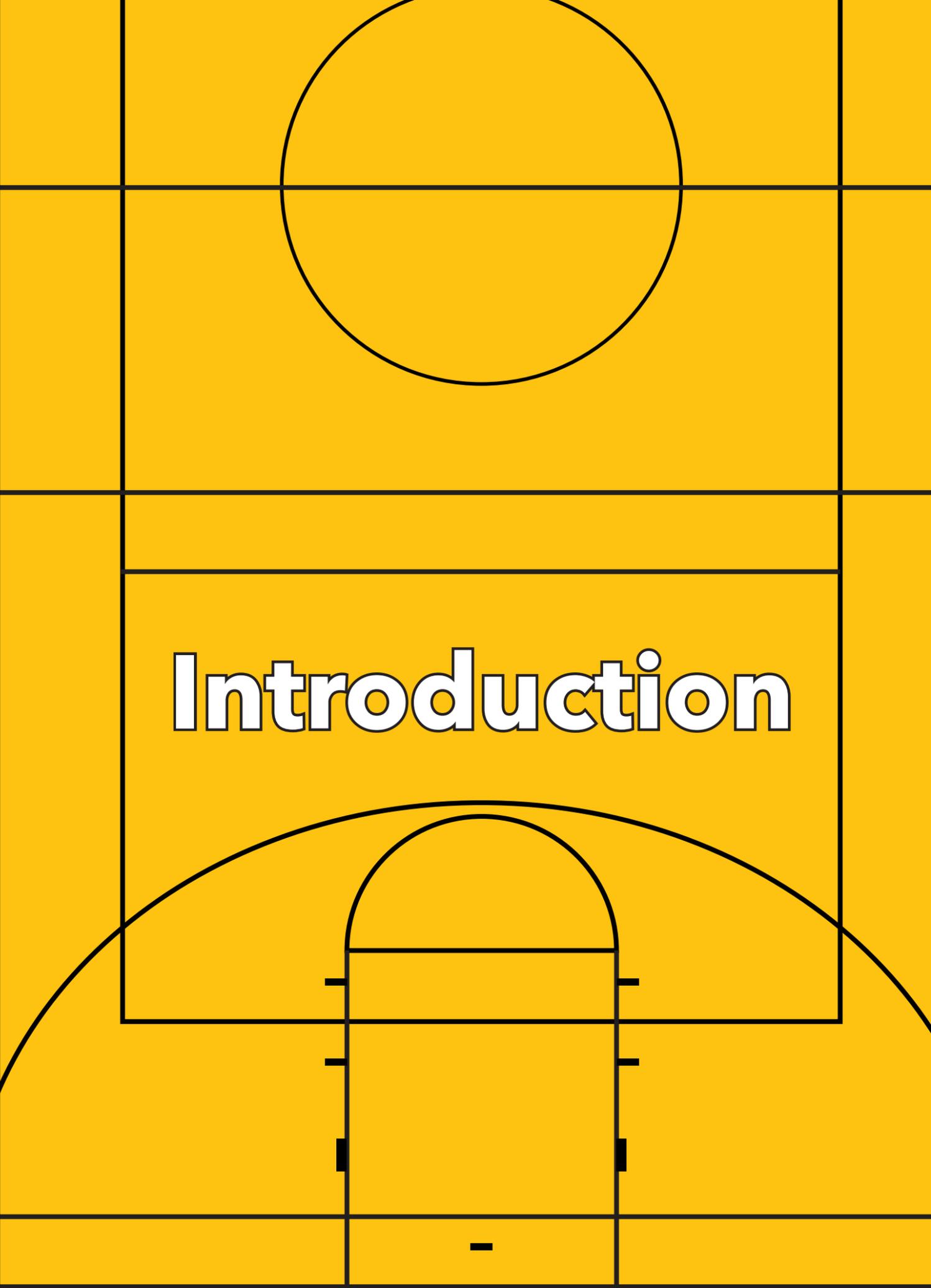
**Conclusion ..... 111**

**Remerciements ..... 117**

**Notes et références ..... 119**

**Bibliographie ..... 129**





# Introduction

En 2021, le gouvernement met en place le Pass Culture : 300 € donnés aux jeunes de 18 ans afin de les aider à payer des biens culturels. Le produit le plus acheté avec cette somme ? Des mangas. D'après Sébastien Cavalier, le président de la structure Pass Culture interrogé par Philippe Legueltel des Échos, « 53% des dépenses des jeunes vont dans le livre et 56% des réservations faites via l'application Pass Culture sont des mangas<sup>1</sup> ».

Cet engouement des jeunes pour les mangas est très remarqué par les libraires. Anthony Maurin, créateur d'Alpha BD à Nice, affirme que, dans les premiers mois suivants la mise en place du Pass Culture, son commerce enregistrait jusqu'à « 20 000 euros de Pass Culture, dont plus de 95% pour le manga<sup>2</sup> ». Isabelle Roibet, directrice régionale des librairies Decitre en Auvergne-Rhône-Alpes, explique quant à elle que 60% de leur chiffre d'affaires en livres lié au Pass Culture est généré par la vente de mangas. Celle-ci avoue même surnommer le Pass Culture le « Pass Manga<sup>3</sup> ». Et elle n'est pas la seule. Ce phénomène est d'une ampleur telle que nombre de journalistes écrivent sur le sujet. Une multitude d'articles sont alors consacrés à cette « ruée vers les mangas<sup>4</sup> », et le terme « Pass Manga » se retrouve dans le titre de certains articles: « Le Pass Culture est-il en train de se transformer en "Pass Manga" ?<sup>5</sup> », « Pass Culture ou Pass Manga: pour 300€, vous achetez quoi comme mangas ?<sup>6</sup> ». Cet amour des jeunes pour les mangas a fait parler et couler beaucoup d'encre, mais il n'est pourtant pas nouveau.

D'après Jean-Marie Bouissou, on dénombrait 15,1 millions d'exemplaires vendus dès 2008. Ce chiffre correspond par ailleurs à 37% des ventes totales de

bande dessinée la même année<sup>7</sup>. Durant cette période, le marché de la BD accueille définitivement le manga et lui octroie une branche et un marché spécifique. Le manga est accueilli à un point tel que Sébastien Laffage-Cosnier qualifie alors la France d'« Eldorado du genre<sup>8</sup> ». Aujourd'hui, le manga est toujours un produit qui ne peine pas à trouver un public. Selon l'enquête « Les français et la BD » réalisée par le CNL en 2020, 29% des enfants de 7 à 15 ans lisent des mangas. Selon la même enquête, les plus grands consommateurs de mangas ont aux alentours de 13 ans. À cet âge, le pourcentage de lecteurs culmine à 46%. Les 16-25 ans sont également de grands amateurs puisque le pourcentage de lecteurs de mangas dans cette tranche d'âge atteint 32%. Mais que sont ces mangas à la popularité déjà immense et pourtant sans cesse grandissante ?



L'une des caractéristiques du marché de ce type de bande dessinée japonaise est l'extrême segmentation qui est mise en œuvre : « L'industrie du manga repose sur un marketing sophistiqué, dont l'aspect le plus connu est le souci de satisfaire les besoins de chaque clientèle particulière (segmentation du marché)<sup>9</sup> ». Ainsi, on retrouve des mangas cherchant à s'adresser spécifiquement à un public d'adolescents masculins (*shônen*), à des adolescentes (*shôjo*) ou aux adultes (*seinen*)<sup>10</sup> ; pour ne citer que les plus connus. Ces différents termes ne désignent pas des genres en soi puisque les séries qui s'y inscrivent peuvent aborder des genres différents les uns des autres. Elles désignent en revanche un public-cible. J'emploierai donc le terme de « type » pour désigner l'ensemble de ces catégories de public-cible. Ainsi, parmi

les différents types de mangas, le *shônen* est sans aucun doute le plus populaire. En 2020, il est effectivement le genre le plus lu par les consommateurs français de mangas de 7 à 15 ans (76%) et de 16 à 75 ans (72%)<sup>11</sup>. Les plus grands succès tels que *Dragon Ball*, *One Piece*, *Naruto*, *L'Attaque des Titans* ou encore *My Hero Academia* et *Demon Slayer* appartiennent par ailleurs au *shônen*.

Malgré une division selon l'âge et le sexe de leur cible, les mangas abordent une multitude de thèmes, parfois communs à plusieurs types. Un même thème peut alors aussi bien se retrouver dans un *shônen*, qu'un *shôjo* ou encore un *seinen*. Le sport est un de ces thèmes qui ne sont pas limités à une catégorie d'âge ou un sexe et les mangas qui s'y rapportent sont fédérateurs. C'est à ces mangas de sport que ce mémoire est dédié. Les « *supokon* » : tel est leur nom. Ce mot-valise vient de l'anglais *sport comics* - prononcé à la japonaise - et du japonais *konjo-kei*, qui signifie « motivation, dépassement de soi<sup>12</sup> ». Cette appellation désigne les « mangas de sport ». Les *supokon* sont donc des mangas se focalisant sur une « *Activité physique destinée à développer et à entraîner le corps<sup>13</sup>* » « *dont la pratique suppose un entraînement méthodique, le respect de certaines règles et disciplines<sup>14</sup>* ».

Ces *supokon* sont avant tout destinés aux jeunes garçons et visent à la valorisation des pratiques sportives qu'elles évoquent. On en trouve de nombreux types, aussi bien en sports collectifs qu'en sports individuels. Au Japon, il existe une forte intrication entre les fédérations de sport et les *supokon* : on s'en sert pour faire la promotion des disciplines sportives ou l'apologie de certaines grandes figures

du sport. De ce fait, on le verra plus bas, il existe une relation nette entre le nombre d'adhérents à un sport et le succès d'une série. Probablement la relation est-elle encore plus complexe : les exemples japonais montrent que ce sont parfois d'abord les succès sportifs qui engendrent une plus forte lecture des mangas qui y sont consacrés, lesquels renforcent les envies de pratique. De même, le fait que certaines entreprises sportives sponsorisent certaines publications montrent le lien entre pratique et lecture.

Or, à l'heure actuelle, les instances gouvernementales s'émeuvent de la baisse de la pratique du sport et de l'activité physique. Certes, la crise sanitaire récente a joué un rôle important, mais le phénomène est plus ancien. Dès 2006, Marie-Cécile Naves<sup>15</sup> s'inquiétait de la baisse de l'activité d'un sport au moins une fois par semaine, passant de 48% en 2009 à 43% en 2014. Les chiffres du mémo de la commission européenne<sup>16</sup> sur laquelle elle s'appuie montrent que ce sont 42% des Français qui disent ne jamais faire de sport. La crise sanitaire a été l'occasion d'une baisse de l'activité physique et sportive et d'une montée des problèmes de surpoids<sup>17</sup>.

Au vu de la croissance du lectorat de manga en France, on peut penser qu'on a là un possible moyen pour favoriser la pratique sportive. Il m'a donc semblé nécessaire d'aborder la question de l'influence des mangas de sport, en France, sur les pratiques sportives. Est-ce que les pratiquants d'un sport lisent des mangas portant sur leur pratique ? Est-ce que la lecture de ces mangas a ou non influencé la pratique sportive de certains pratiquants ? Les fédérations ont-elles pensé à utiliser ces mangas pour promouvoir leur sport ?

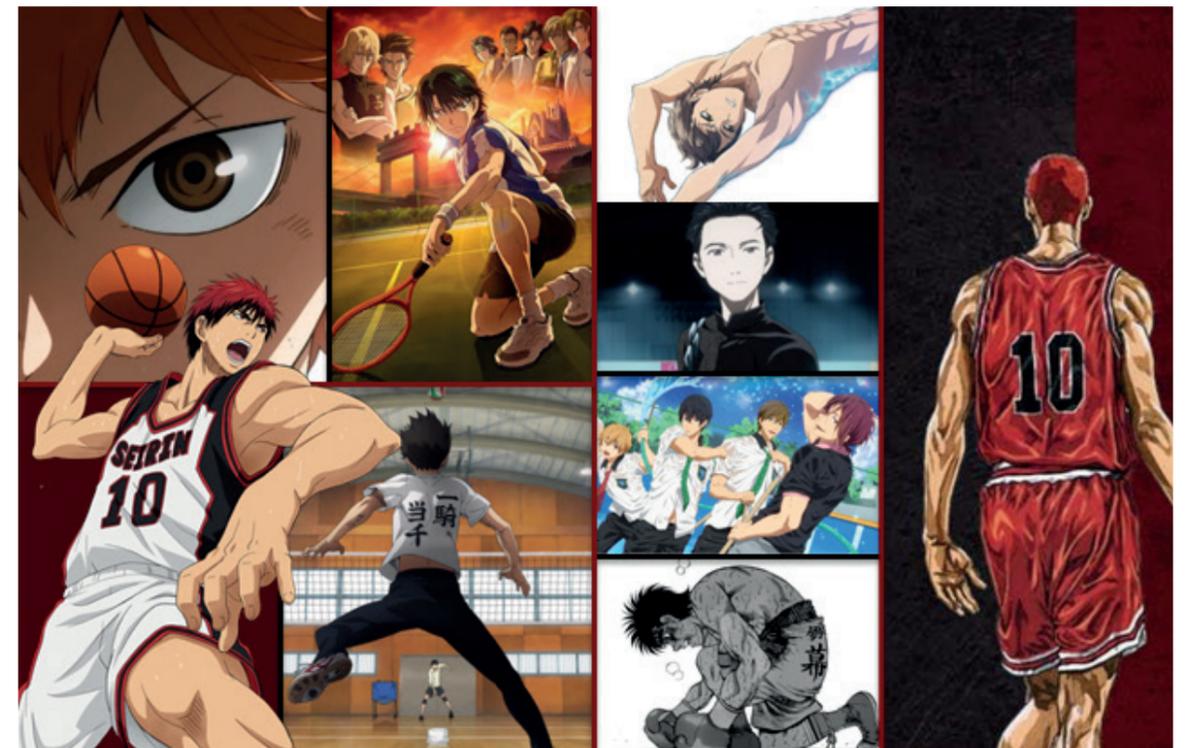
Ces questions portent à déterminer une problématique de l'influence des mangas de sport sur la pratique sportive et à vérifier en quoi cette influence agit-elle ou non sur les choix de pratique des sportifs.



Avant de commencer à recueillir et analyser des données dans l'optique de répondre à ma problématique, je me suis concentrée sur l'état de l'art, le contexte historique entourant mon sujet. Pour ce faire, j'ai divisé cette étape en trois parties distinctes : l'histoire du manga, les caractéristiques et histoire des *supokon*, et enfin, le manga en France.

Après cette présentation détaillée de mon sujet, j'expliquerai la méthodologie que j'ai utilisée pour répondre à ma problématique. Je détaillerai le processus mis en place ainsi que le choix de mon échantillon.

La troisième partie de mon mémoire se focalise sur l'analyse des données obtenues. J'y commence par analyser les pratiques de lectures liées au *supokon* de la population de sportifs. Je m'attarde ensuite sur chacun des sports dont mon échantillon est tiré afin de vérifier si les *supokon* exercent une influence sur la pratique sportive de leurs lecteurs. Je termine mon étude en abordant la promotion de la pratique sportive par les *supokon*.





# Première partie

## État de l'art

# Une Histoire du manga

L'histoire du manga est une histoire longue et complexe dont nous pouvons faire remonter la naissance dès les graffitis du VII<sup>e</sup> siècle. 500 ans plus tard, ce n'est toujours pas le début du manga tel que nous le connaissons aujourd'hui, mais celui de la narration graphique. À travers de nombreuses inventions et en évoluant au fil de l'Histoire du Japon, la narration graphique va peu à peu se développer jusqu'à ce que le manga devienne ce qu'il est actuellement. Il est important de savoir que les différentes évolutions clés menant

à la naissance définitive du manga sont des conséquences directes de ce que le Japon a subi au cours de l'Histoire. Le manga s'est construit en même temps que le Japon. Il a accompagné les transformations de la société et s'en est imprégné. Il reflète la société japonaise de son époque et son histoire résonne avec celle de son pays.

*« Le manga colle au Japon, celui des siècles passés comme celui d'aujourd'hui.<sup>18</sup> »*

## Les prémices

Comme je le disais précédemment, les prémices du manga remontent au VII<sup>e</sup> siècle. À cette époque, de nombreux graffitis sont réalisés, mais ce n'est que 500 ans plus tard que la narration graphique va réellement commencer. De cette période,

on retient les *Chôju Giga* (Rouleaux des animaux<sup>19</sup>). Ces rouleaux appartiennent à la catégorie des *e-maki* (rouleaux peints) et mettent en scène des nobles, prêtres et guerriers en les caricaturant sous forme d'animaux. On peut également mentionner

l'*Eingakyô*, un rouleau du VIII<sup>e</sup> dont on ignore l'identité de l'auteur. Ce rouleau raconte la vie de Bouddha. Beaucoup de *e-maki* ont une portée religieuse, mais on en trouve qui racontent le quotidien ou bien qui représentent des scènes de romans célèbres. Les thèmes ont beau être divers, la façon de les représenter suivent des règles fixes. Ces règles suivies par les *e-maki* sont ces mêmes règles propres à la bande dessinée. Dans un premier temps, les scènes dessinées sont délimitées par zones ; ce qui n'est pas sans rappeler les cases d'une planche. La présence de phylactères, des bulles de dialogue, est également observée. Enfin, on relève sur certains dessins la présence de traits de mouvement<sup>20</sup>. On remarque ainsi que la culture japonaise intègre depuis longtemps la narration graphique dans ses traditions.

Grâce à l'ancrage de la narration graphique au plus profond de la culture japonaise, le manga, qui découle de celle-ci, fut tout de suite accepté par le public. C'est notamment cette immédiate validation qui a permis son grand développement<sup>21</sup>. Par ailleurs, cette longue tradition a également permis à la narration graphique japonaise de toucher à un ensemble de thèmes, tous très divers. Dans cette extrême variété on retrouve même les thèmes les plus tabous. Parce que ces thèmes si extrêmes ont tout de suite été abordés, et depuis si longtemps, on retrouve dans le manga contemporain peu de tabous. Le bouddhisme zen est un autre domaine dont la participation à la naissance du manga fut capitale puisque les caractéristiques du *zenga*<sup>22</sup> vont continuer à s'épanouir durant la période d'Edo, cultivant grandement une tradition du non-sens.

vers cette culture populaire qui leur offre une échappatoire<sup>24</sup>. Par conséquent, les quartiers des plaisirs et de loisirs vont grandement se développer, ainsi que la culture populaire de manière générale. Dans le même temps, la xylographie<sup>25</sup>, moyen de reproduction rapide et en série, va jouer un rôle capital dans la diffusion et le développement des œuvres et biens culturels issus de la culture populaire<sup>26</sup>. Mais cette technique imposait des limites aux illustrateurs. Les traits de leurs dessins devaient être faciles à graver, ce qui les obligeait à les simplifier. Les visages étaient ainsi stéréotypés et seuls les yeux et la bouche servaient à indiquer des émotions. Pour tout de même permettre une reconnaissance des émotions plus simple par le lecteur, la technique du « fond subjectif » est mise en place. Cette technique consiste à représenter à l'arrière-plan ce que ressent le personnage<sup>27</sup>. En plus de cette technique, on retrouve également dans les mangas actuels une autre caractéristique venant de l'époque d'Edo : l'exagération des traits du visage. Cette caractéristique vient du *kabuki*<sup>28</sup>, où le jeu des acteurs est très exagéré afin de transmettre les sentiments et intentions de chacun des personnages. La longueur et la dramatisation des histoires des mangas actuels vient aussi du *kabuki*<sup>29</sup>. Si les mangas se sont inspirés du *kabuki*, ce n'est pas le seul art traditionnel dont ils ont emprunté certaines techniques. Le *bunraku*, spectacle de théâtre dont les acteurs sont en réalité des marionnettes de grande taille, avait la spécificité de posséder une gestuelle extrêmement codifiée, particularité que l'on observe aujourd'hui dans les mangas. Selon Karyn Poupée, *kabuki* et *bunraku* ont également joué un rôle dans l'importante place accordée aux onomatopées dans le manga<sup>30</sup> : selon elle, ces arts de la scène ponctuaient leurs moments forts par, je cite, « des redondances sonores », que

l'on peut retrouver dans les mangas via les onomatopées.



Comme je l'ai déjà dit, il existe une multitude de types de mangas s'adressant à autant de cibles différentes. La création de ce type de marché prend encore une fois ses racines dans le *kabuki*. À l'époque, les pièces étaient en effet divisées selon deux genres majeurs :

- les pièces historiques (*jidai mono*) qui abordent la « confrontation des devoirs de loyauté et des sentiments personnels<sup>31</sup> »
- les pièces bourgeoises (*sewa mono*) qui s'attardent plutôt sur « des amours socialement inadmissibles donc impossibles, qui se consumaient souvent en double suicide amoureux<sup>32</sup> ». Ces dernières peuvent dans une certaine mesure rappeler les *shôjos* (mangas destinés à un public féminin adolescent), qui aiment traiter de l'amour, surtout lorsqu'il est difficile.

Le *kabuki* et le *bunraku* sont ainsi deux activités populaires de l'époque d'Edo qui ont grandement influencé le manga.

## Époque d'Edo (1603-1868)

### L'influence des arts traditionnels

Cette tradition du non-sens est encore aujourd'hui une caractéristique qui sépare le manga de la BD occidentale. Le développement de cette tradition se fait notamment à travers la culture populaire japonaise ; culture qui va énormément apporter au manga contemporain.

« Plus encore qu'aux rouleaux et au *zenga*, le manga doit beaucoup à la culture urbaine de la période d'Edo<sup>23</sup>. »

Il faut savoir qu'à l'époque d'Edo, l'archipel du Japon était fermé au reste du monde. Après plusieurs siècles de guerres civiles, Tokugawa Ieyasu devient shogun et permet au Japon de retrouver la paix. Dans la foulée, il ferme le pays aux étrangers. Sans contact avec le monde extérieur en plus d'un fort cloisonnement des classes, le peuple japonais, et particulièrement les classes populaires, vont développer une culture distincte. Il est bon de noter que le fort développement d'une culture populaire se fait à l'aide des classes élitistes. En effet, celles-ci souhaitent échapper à leur culture stricte et religieuse. Cherchant à se divertir et à se faire plaisir, elles vont alors se tourner

### Au XVIII<sup>e</sup> siècle

Au XVIII<sup>e</sup> siècle, l'histoire du manga prend un nouveau tournant avec l'apparition des livres illustrés (*kusazoshi*). Ces livres, composés d'estampes en couleurs rassemblées dans un ouvrage, basaient leurs histoires sur la vie des Japonais. Il est également important de préciser que l'on retrouve dans les *kusazoshi* une séparation du marché<sup>33</sup> :

- *akabon*<sup>34</sup> pour les enfants
- *aohon* ou *kurohon* pour les adolescents
- *kibyoshi* pour les adultes

Bien que j'aie personnellement décidé de commencer l'histoire du manga au VII<sup>e</sup> siècle, beaucoup s'accordent à dire que les prémices du manga commencent avec l'apparition des estampes, et plus particulièrement avec celles réalisées par Katsushika Hokusai, les « Hokusai Manga » (entre le XVIII<sup>e</sup> et XIX<sup>e</sup> siècle)<sup>35</sup>. Si beaucoup font remonter les origines du manga à cette période, c'est parce qu'il s'agit d'un moment charnière. À cheval sur le XVIII<sup>e</sup> et le XIX<sup>e</sup> siècle, de nombreux événements vont accompagner et suivre de près les *Hokusai Manga*, et grandement

influencer l'histoire du manga. En plus de l'apparition au XVIII<sup>e</sup> siècle des *kusazoshi* dont j'ai déjà parlé, le XIX<sup>e</sup> siècle voit apparaître au Japon des techniques de reproduction à grande échelle, ainsi qu'une augmentation progressive du nombre de japonais capable de lire, grâce à la loi d'enseignement pour tous en 1872. Ces différents événements, en plus de l'arrivée de la presse, vont profondément marquer l'histoire du manga. Celui-ci se transforme donc fondamentalement lors de l'ère Meiji (1868-1912).

## Ère Meiji (1868-1912)

Si la culture populaire japonaise s'est énormément développée durant la période d'Edo, elle va au contraire être dépréciée à l'ère Meiji. Cette ère se dessine en 1853, lorsque le Japon est forcé de s'ouvrir au monde après 250 ans d'isolement. En 1853, l'officier supérieur de la marine américaine, le commodore Matthew Perry, réclame au Japon l'ouverture du pays afin de permettre aux navires marchands d'accoster<sup>36</sup>. Sujet à de grandes tensions et divisions internes, en plus de ne pas vouloir froisser les Américains, le Japon accepte la demande et, un an plus tard, octroie définitivement le droit d'accoster pour se ravitailler aux navires américains. Les autres pays voyant une brèche, s'y engouffrent. Ainsi, en 1858, le Japon accorde le droit d'accoster à d'autres pays et s'ouvre petit à petit une nouvelle fois au monde.

### Avant 1900

Cette ouverture nouvelle au monde va être décisive dans la naissance du manga. En effet, le Japon va découvrir de nouveaux pays et de nouvelles cultures, la réciproque étant évidemment vraie. Ce mélange de la culture japonaise et de ces cultures étrangères occidentales va amener la narration graphique à évoluer. Les occidentaux découvrent l'ensemble du patrimoine culturel du Japon et sont fascinés par les rouleaux peints, les estampes, les livres illustrés et autres représentations graphiques. Celles-ci, à l'origine destinées exclusivement au peuple japonais, se retrouvent convoitées par un nouveau public, non-japonais.

*« C'est elle, cette curiosité commune, à l'origine du mouvement japoniste en Europe, qui, par la conjonction de multiples facteurs inenvisageables sans*

*l'ouverture du territoire, allait contribuer à faire émerger le manga [...] parce que le croisement de regards, l'apprentissage artistique et culturel réciproque, ainsi que l'apport de techniques, allaient rendre possible cette forme d'expression<sup>37</sup>. »*

Avec l'arrivée des Occidentaux, un autre phénomène est observé : afin de ne pas se soumettre entièrement à la culture de ces nouveaux arrivants et de démontrer une certaine supériorité, les dirigeants japonais jugent que le peuple se doit d'être exemplaire. Fini donc le non-sens et la crudité de la culture populaire, et bienvenue au Japon raffiné et élégant ! Les hommes sont encouragés à suivre la voie du samouraï tandis que les jeunes filles s'adonnent à l'art délicat de l'ikebana. La culture populaire japonaise ne disparaît pourtant pas. Elle continue à survivre et à se mélanger à la culture dite « élitiste ». C'est de cette coexistence subtile entre le Japon raffiné et le Japon populaire que va naître le manga.

*« C'est le mélange de cette culture populaire et de celle de l'élite qui donne à la bande-dessinée japonaise sa saveur "incorrecte" si particulière<sup>38</sup>. »*

### Les journaux illustrés

Avec cette nouvelle ouverture du Japon au monde, celui-ci découvre non seulement des cultures étrangères, mais également des technologies qu'il ne connaissait auparavant pas. Des moyens d'impression de masse tels que la lithographie et l'offset<sup>39</sup> arrivent ainsi dans le pays et s'y font une place importante<sup>40</sup>. Selon Karyn Poupée, cette adoption de ces techniques de reproduction de masse est un point clé

dans l'histoire du manga. En effet, selon elle, le manga est « un art qui se veut populaire, autrement dit à la portée pécuniaire et physique de tous<sup>41</sup>. » : dimension qui ne fut atteinte que grâce à ces technologies facilitant grandement la reproduction. Cette facilité de reproduction d'œuvres graphiques fut également le déclencheur de l'apparition des journaux illustrés. Le premier, le journal satirique *Japan Punch*, fut créé par l'anglais Charles Wirgman<sup>42</sup>.

Lors de l'ère Meiji, beaucoup d'habitants s'opposent au régime impérial en place. Ces oppositions politiques amènent à la création d'un grand nombre de journaux diffusant des images satiriques (*ponchi-e*<sup>43</sup>) critiquant le gouvernement. Ainsi, les premiers à pouvoir être professionnellement qualifiés de « mangakas » se présentaient d'abord comme des journalistes, majoritairement engagés politiquement. Les dessins qu'ils réalisaient étaient à destination de la presse satirique, leur but premier étant de critiquer et d'inciter à la réflexion<sup>44</sup>. Dans la deuxième partie des années 1870, les grands journaux aux États-Unis ajoutent des suppléments contenant des *comic strips* en couleur utilisant bulles et cases. Ce nouveau média illustré arrive au Japon et est immédiatement adopté par Fukuzawa Yukichi (1835-1901) qui « voit dans les cartoons le meilleur moyen d'atteindre les masses pour faire bouger le monde<sup>45</sup> ». On remarque encore une fois la volonté de faire réfléchir à travers ces représentations graphiques. C'est également à Fukuzawa Yukichi que l'on doit la popularisation du terme « manga » puisqu'en 1900, son journal le *Jiji Shinpō* publie pour la première fois un supplément hebdomadaire illustré nommé *Jiji Manga*. Il utilise le terme « manga » à la place de *ponchi-e*, qu'il juge trop occidental.

L'utilisation du terme « manga » n'est pas totalement nouvelle puisque Katsushika Hokusai appelait déjà ses œuvres les « *Hokusai manga* ». En revanche, pour lui, le mot désignait des esquisses rapides, des « images dérisoires<sup>46</sup> ». Pour Fukuzawa Yukichi et les journalistes qui l'utilisent, « manga » devient synonyme d'« *image libre*<sup>47</sup> ». Ainsi, l'expression « manga », portée par le succès, et la reprise par beaucoup d'autres journaux du modèle du *Jiji Manga*, se popularise.

### Après 1900

En 1902, le *Jiji Manga* publie le premier *comic strip* japonais, *Le Voyage de Tagosaku et Mokube à Tokyo*<sup>48</sup>, de Kitazawa Yasushi. Le *Jiji Manga* est encore une fois précurseur puisque cette parution entraîne le développement des *strips* de quatre à douze cases dans la presse japonaise<sup>49</sup>. Le format des *comic strips* se répand au Japon

et évoluent finalement en un nouveau type de narration à travers les œuvres d'Okamoto Ippei, dont je parlerai plus en détail dans la partie suivante.

Un autre facteur majeur agit sur le développement du manga : le taux de scolarisation. Durant l'époque d'Edo, durant le XVII<sup>e</sup> et le XVIII<sup>e</sup> siècle, très peu de japonais savaient lire et écrire. Au fil de l'Histoire, la nécessité de posséder ces savoir-faire se fait de plus en plus forte. À la fin de la période d'Edo, au XIX<sup>e</sup> siècle, des établissements scolaires commencent à être construits. L'enseignement pour tous, quant à lui, est décrété en 1872. En revanche, malgré cette nouvelle loi, très peu d'évolutions se font sentir dans les décennies suivantes. Ce n'est qu'en 1905 que le peuple japonais s'approche des 100% d'alphabétisation<sup>50</sup>. Cette étape est très importante puisque ce n'est qu'avec l'ensemble de la population en capacité de lire, que le manga pourra se populariser.

Ligue des artistes prolétariens<sup>53</sup>. En plus de cette dimension, le manga est aussi un divertissement dont les histoires paraissent dans des magazines mensuels de plus de 200 pages. Le plus grand éditeur japonais *Kôdansha* est le premier à publier des magazines mensuels spécialisés à l'attention de différentes classes d'âge :

- 1914 : lancement de *Shônen Club* dont le public cible est les jeunes garçons.
- 1923 : création de *Shôjo Club*, à l'attention des filles.
- 1926 : *Yônen Club* arrive sur le marché et cible les plus jeunes enfants.

*Kôdansha* est également pionnier dans la réédition des plus grands succès de ses magazines sous formes d'ouvrages reliés (*tankôbon*)<sup>54</sup>. Ce fonctionnement est toujours d'actualité aujourd'hui puisque les mangas sont d'abord publiés dans des magazines hebdomadaires, puis en tomes reliés. Ainsi, à cette époque, bien qu'il ne s'agisse pas encore complètement du manga d'aujourd'hui, celui-ci se démarquait

déjà des comics américains et de la bande dessinée franco-belge.



Le grand succès du manga s'explique notamment grâce à la stratégie commerciale adoptée, celle du *media mix*. Il s'agit de décliner les œuvres à succès sur une multitude de supports différents. La confrontation perpétuelle à une œuvre ainsi qu'à ses produits dérivés constitue un moyen efficace d'en faire le succès et de s'assurer une rentrée d'argent. Aujourd'hui la production de produits dérivés est un véritable générateur de profits dans l'industrie du manga.

« *cette dimension commerciale pleinement assumée [...] est restée jusqu'à nos jours une caractéristique de la bande dessinée japonaise qui lui confère une force de pénétration sans pareille sur le marché international*<sup>55</sup>. »

## Ère Taisho (1912-1926)

Comme je l'ai rapidement évoqué précédemment, les *comic strips* américains étaient alors très populaires au Japon. Leur format est repris par de nombreux dessinateurs. L'un d'entre eux, Okamoto Ippei va grandement participer à leur popularisation. Malgré ce rôle, il sera le premier dessinateur japonais à s'éloigner de la formule des *comic strips* américains. En publiant *La Vie d'un homme (Hito no Isshō)* de 1921 à 1929, Okamoto Ippei s'essaye à une narration continue malgré les épisodes hebdomadaires : le scénario

se poursuit d'une semaine à l'autre<sup>51</sup>. Cette œuvre correspond au sens actuel du terme « manga » : « *déroulement d'une histoire en plusieurs volets accompagnés de bulles de dialogue* », selon Karyn Poupée<sup>52</sup>. En ce début de XX<sup>e</sup> siècle, dans un Japon en plein développement industriel, le manga se fait une place et est reconnu comme un moyen d'expression politique et de critique sociale. Cette dimension se voit notamment à travers la création du manga des travailleurs (*Rôdo Manga*) ou du manga du paysan (*Nômin Manga*), tous deux créations de la

## Ère Showa (1926-1989)

À partir de 1931, les militaires dirigent le Japon : « *Le manga doit alors se mettre au service de la patrie*<sup>56</sup>. » On entre dans l'ère de la propagande. Par exemple, le chien noir, héros de *Norakuro*, devient un personnage repoussant des soldats soviétiques et chinois, ceux-ci représentés sous la forme de singes et de porcs. Apparaît aussi les *zôsan manga*, destinés à galvaniser le peuple pour qu'il travaille plus dur. La censure imposée par ce régime militaire fait disparaître beaucoup de magazines périodiques et

la pénurie de papier tue définitivement les magazines restants. Finalement, une association gouvernementale est créée et les dessinateurs japonais sont obligés d'y adhérer. Celle-ci publie le dernier périodique survivant, *Manga*, qui restera actif jusqu'au bombardement de son imprimerie en 1944. Finalement, malgré un important contrôle sur le contenu, la bande dessinée japonaise continue de se développer et de se réinventer<sup>57</sup>.

## Après la Seconde Guerre mondiale

« La naissance du "manga moderne" (*kindai manga*) est généralement datée d'avril 1947, avec la parution de *La Nouvelle Île au Trésor* d'Osamu Tezuka<sup>58</sup> »

Jean-Marie Bouissou explique que cette œuvre est présentée comme charnière pour deux principales raisons :

- son incroyable succès : entre 400 000 et 600 000 exemplaires vendus.
- les innovations graphiques qu'elle présentait sont devenus des marques très spécifiques des genres les plus populaires<sup>59</sup>.

Il est important de mentionner que Tezuka Osamu est considéré comme un réel pionnier du développement du manga actuel. C'est lui qui va introduire le genre *nekketsu*, dont beaucoup des plus grands succès font partie. Le *nekketsu* est un genre de manga dans lequel le héros, au gré de ses aventures et des obstacles qu'il va rencontrer, va évoluer physiquement et mentalement : il va grandir et gagner en maturité. *Naruto*, *One Piece* et *Hunter x Hunter* sont des exemples de mangas *nekketsu* à succès.



Comme je l'ai évoqué au début de ce mémoire, l'histoire du manga reflète celle du Japon. Les scénarios de la grande majorité des mangas d'après-guerre traduisent ainsi le traumatisme de la guerre, des bombardements, et de l'occupation américaine qui a suivi. Avec dans le pays énormément de pères décédés et des mères en détresse, les mangakas mettent les jeunes à l'honneur. Selon Jean-Marie Bouissou, deux grands scénarios peuvent être dégagés. Tous deux apocalyptiques, ils suivent majoritairement des jeunes

orphelins. L'un de ces scénarios va faire de ces jeunes les constructeurs d'un nouveau monde, bâti sur les ruines de l'ancien, tandis que le second fera d'eux les héros qui affrontent et repoussent, à bord de leur robot géant, des envahisseurs extraterrestres<sup>60</sup>. Le premier type de scénario a donné *Akira*, d'Ôtomo Katsuhiro, qui a connu un grand succès, tandis que l'on doit au deuxième le genre *mecha*<sup>61</sup>, auquel appartient notamment *Goldorak* (*UFO Robot Grendizer* en japonais). La catastrophe atomique d'Hiroshima propulse également la science et sa maîtrise au cœur de beaucoup de mangas d'après-guerre.

Après le baby-boom suivant la guerre, le nombre élevé d'enfants dans les années 1950 amène à un développement en flèche des périodiques dédiés au manga pour les jeunes. *Kôdansha* relance donc dès 1946 ses magazines disparus durant la guerre tandis que de nouveaux éditeurs lancent leurs propres mensuels. Durant cette période, beaucoup de scénarios sont influencés par la culture occidentale : référence à des personnages américains, décors occidentaux... À partir du départ des Américains en 1952, les œuvres sur les arts martiaux et les aventures nationalistes, interdites par les occupants, resurgissent. On observe par exemple la naissance d'*Igaguri-kun* de Fukui Eiichi, dont le héros est un judoka. Plus la popularité des mangas augmente, plus le nombre de pages y étant consacrées s'agrandit. Cet accroissement de l'espace offre alors aux mangas la possibilité de développer encore davantage leur scénario. Ces séries, dont chaque épisode mensuel fait progresser un même scénario, furent nommées les « story manga<sup>62</sup> ».

À l'époque, on considérait encore que la bande dessinée n'était destinée qu'aux

enfants ; alors quand les baby-boomers, les principaux lecteurs de manga, s'apprêtaient à rentrer au collège et à sortir de l'âge légitime pour lire de la BD, les éditeurs eurent pour objectif de « faire sauter cette barrière de l'âge<sup>63</sup> ». C'est ainsi qu'en mars 1956, *Shôgakukan* et *Kôdansha* lancèrent chacun un hebdomadaire : *Shônen Sunday* pour le premier et *Shônen Magazine* pour le second. Pour séduire les parents qui achetaient les magazines, ceux-ci ne contenaient pas uniquement des bandes dessinées, mais également des reportages ou des rubriques informatives. Ce n'est que lors du développement économique du Japon en 1965 que les adolescents, dont l'argent de poche augmente, purent acheter eux-mêmes leurs magazines préférés. Après avoir séduit le collège, le manga se fait aussi peu à peu une place dans les lycées et universités<sup>64</sup>. Il se développe ainsi énormément grâce à ces hebdomadaires, mais il doit également beaucoup à un type de bande dessinée qui s'appelle le *gekiga*<sup>65</sup>. Livres destinés aux adultes, leurs histoires se permettaient tous les sujets.

« une forme de bande dessinée baptisée "histoires dramatiques" (*gekiga*) à laquelle le manga doit au moins autant, sinon plus, qu'aux séries pour enfants et adolescents auxquelles on l'a trop souvent réduit en Occident<sup>66</sup>. »

Auparavant séparés de l'univers du manga, les *gekiga* s'y importent dans les années 1960, lorsque les baby-boomers entrent dans la vie d'adulte<sup>67</sup>.

## Les années soixante

Dans les années 1960, le Japon connaît une période de développement

impressionnante qui bouleverse le pays. Entre les manifestations politiques et l'augmentation du niveau de vie des Japonais, l'industrie du manga se porte à merveille. Les jeunes, dont l'argent de poche subit une forte augmentation, consomment une grande quantité de mangas, tandis que les contestations politiques donnent un contenu incessant à ce média non touché par la censure. Afin de surfer sur ce climat de révolte, les mangas deviennent plus sombres et de nouveaux mangakas, souvent issus des *gekiga*, sont placés en tant que vitrine des grands éditeurs<sup>68</sup>. Tezuka Osamu est un des rares à réussir à s'adapter et à transformer ses œuvres suivantes dans le but qu'elles collent au vent révolutionnaire qui parcourt la jeunesse japonaise.

Non concernés par la censure, les mangakas se permettent de créer des histoires provocantes et créatrices de polémiques, que les éditeurs n'hésitent pas à publier. Tant que les jeunes japonais lisent et l'achètent, toute série est bonne à publier. Cette absence de censure va permettre aux mangas de se démarquer. Les *shôjos*, dont la romance est bien souvent le point central du scénario, n'existerait pas sans les premiers mangas abordant la sexualité des jeunes filles<sup>69</sup> :

« En France, aucune de ces séries fondatrices n'aurait franchi l'obstacle de la censure. Au Japon, elles sont parues dans les trois plus grands magazines pour adolescentes<sup>70</sup>. »

En revanche, en allant dans les sujets les plus tabous pour plaire à la jeunesse, le manga se met à dos parents et professeurs. Des mouvements anti-manga voient le jour et tentent d'interdire de nombreuses séries

qu'ils jugent trop vulgaires, inadéquates. *Ashura*, de Akiyama Jôji, sera ainsi contrainte de s'arrêter en 1971, soit moins de deux ans après sa première publication. Ce mouvement anti-manga n'aura finalement que peu d'influence puisque le gouvernement souhaite laisser les mangas libres de censure<sup>71</sup>.

## Nouveaux tournants

L'une des plus grosses évolutions des années soixante fut l'apparition des hebdomadaires. Si *Shônen Club* et *Shôjo Club* de *Kôdansha* s'arrêtent en 1962, de nombreux magazines hebdomadaires apparaissent<sup>72</sup>. Le rendez-vous chaque semaine des jeunes japonais avec leur magazine préféré a permis une fidélisation du lectorat, et une exposition continue aux mangas. De plus, en sortant un chapitre par semaine, les mangakas faisaient en sorte de finir chaque chapitre sur un cliffhanger afin de captiver leur lectorat. Les lecteurs enthousiasmés discutaient alors sans cesse de leurs séries favorites. Le manga devint alors « un élément majeur dans le processus de socialisation des adolescents<sup>73</sup> ». En publiant un chapitre par semaine, l'augmentation de la vitesse de publication ainsi que celle du nombre de pages (de 20 par mois à 20 par semaines) a certes permis aux mangakas de développer davantage leur scénario, mais elle leur a également donné une charge non négligeable de travail supplémentaire. Afin de ne pas être noyés par un tel rythme, les auteurs s'entourent alors d'assistants qui s'occupent des décors, posent les trames<sup>74</sup>, et réduisent ainsi considérablement la charge de travail de l'auteur. Des ateliers se forment alors, ateliers à travers lesquels

les assistants se forment, jusqu'à parfois devenir eux-mêmes auteurs<sup>75</sup>.



Chaque hebdomadaire a une cible commerciale bien précise, ce qui engendre de nombreux types de magazines. Il existe des magazines pour les enfants, les adolescents et adolescentes, mais également pour les plus grands. En effet, afin de continuer à plaire à leurs premiers lecteurs, les baby-boomers, les éditeurs adaptent leurs séries selon l'âge de cette génération. Lorsque celle-ci se retrouve à l'université, ou dans la vie active, les éditeurs choisissent de publier des séries plus matures pouvant s'adresser à de « jeunes adultes mâles<sup>76</sup> ». *Shueisha* lance alors *Young Jump* en 1975 tandis que *Shôgakukan* et *Kôdansha* lancent respectivement *Young Sunday* et *Young Magazine* : le type *seinen* arrive sur scène.

« À la fin des années 1980, chacun des trois grands éditeurs offre ainsi au lectorat mâle une gamme complète de magazines allant des écoliers du primaire jusqu'aux quadragénaires<sup>77</sup>. »

Jean-Marie Bouissou démontre ce fait en détaillant les hebdomadaires publiés par l'éditeur *Shôgakukan*. Cette totale exploration des différentes catégories d'âge du lectorat masculin ne se retrouve pas dans les magazines *shôjos*, à destination des filles. Plus que des hebdomadaires, on propose aux femmes adultes des bimensuels ou des magazines de mode. Finalement, c'est en 1978 qu'un petit éditeur lance le magazine *June*, adressé aux femmes au foyer. Il est tout de même important de noter que cette segmentation extrême du marché utilisée par les éditeurs n'est pas nécessairement suivie par les lecteurs :

« Les barrières ne sont pas plus étanches entre les sexes qu'entre les âges<sup>78</sup>. »

Les années soixante sont également les années durant lesquelles apparaissent les animes. Ceux-ci commencent avec *Astroboy* en janvier 1963<sup>79</sup>. Cette série, que l'on doit à Tezuka Osamu est à l'origine des adaptations de mangas en séries animées, mais également de la stratégie de marketing aujourd'hui caractéristique dans le marché du manga : les sponsors et la quantité impressionnante de produits dérivés. Le succès de la série *Astroboy* suscitera une nouvelle édition par *Kôbunsha* du manga, cette fois sous forme de *tankôbon*. Procédé jusque-là rare, la réédition d'œuvres sous format relié est à présent la norme.

« La combinaison entre magazines, séries animées, *tankôbon* et produits dérivés lui assurait désormais une base économique qui allait l'élever au rang de grande industrie<sup>80</sup>. »

En plus des copies papiers, le manga vend effectivement énormément à travers un ensemble de produits dérivés : des figurines, jouets et peluches à l'effigie des personnages, des objets décorés avec les éléments d'une œuvre (parfois même des trains ou des avions) mais également des films, des OAV<sup>81</sup>, ou encore des jeux vidéo<sup>82</sup>. Dans l'industrie, tout est matière à être un produit dérivé.

## Les années quatre-vingt

### Des chiffres impressionnants

Dans les années 1980, les bénéfices engendrés par le marché du manga explosent toujours plus :

« Le chiffre d'affaires de l'industrie du manga est multiplié par huit, passant de 50 à 400 milliards de yens<sup>83</sup>. »

Le chiffre d'affaires des magazines et *tankôbon* dépasse les 200 milliards de yens en 1979, les 300 en 1985, et les 400 en 1988<sup>84</sup>. Quant au nombre d'hebdomadaires publiés, il passe de 200 titres en 1989 à 265 en 1995. Avec de tels chiffres, le manga éveille l'intérêt d'autres médias, tels que la presse. En 1986, le « manga informatif<sup>85</sup> » est ainsi inventé par le quotidien économique *Nihon Keizai Shinbun* qui publie *Les secrets de l'économie japonaise en bande dessinée*<sup>86</sup>. Ce nouveau genre du manga informatif est très vite adopté par d'autres journaux et, en 1989, l'Histoire du Japon est publiée à travers 48 volumes et devient une référence dans l'éducation des jeunes japonais<sup>87</sup>. Du côté des éditeurs, si les trois éditeurs principaux *Kôdansha*, *Shueisha*, et *Shôgakukan*, se partagent plus de 70% du marché du manga, les petits éditeurs cherchent toujours d'autres niches pas encore explorées. Ainsi, avec l'appropriation par de nouveaux médias et les petits éditeurs en quête de nouveautés, le manga se renouvelle sans cesse.

Le marché du manga générant un nombre impressionnant de bénéficiaires, les acteurs du marché (éditeurs et sponsors) cherchent à influencer et modifier les œuvres dans le but de vendre davantage. Les sponsors peuvent par exemple demander la modification d'un scénario afin d'y insérer leur produit, tandis que les éditeurs vont tenter de répondre le plus possible aux attentes du public. Dans cette logique commerciale, les œuvres les moins populaires des magazines hebdomadaires vont être supprimées, les éditeurs vont demander aux mangakas de prolonger

toujours plus leurs œuvres les plus populaires et de donner plus d'importance aux personnages favoris des lecteurs<sup>88</sup>.

### Vers la respectabilité

Lorsque les premiers lecteurs de mangas deviennent des adultes actifs, le manga se détache de son aura jeune et rebelle, et devient un produit respectable<sup>89</sup>. Les cultures dites « élitistes » finissent même par s'en emparer. De fameuses compagnies de théâtre jouent des adaptations<sup>90</sup>, et de grandes revues littéraires reprennent des œuvres arrêtées<sup>91</sup>. Jean-Marie Bouissou cite également le cas extrême du lauréat du grand prix littéraire *Bungakukai* de 1987, accusé d'avoir plagié le manga *Plus long et lent que la rivière* de Yoshida Akimi<sup>92</sup>. Finalement, le manga obtient une légitimité dans les mondes journalistiques, académiques, et scientifiques. Il est reconnu par le peuple et le gouvernement comme un média, un support, d'une importance capitale pour le pays. C'est en effet à travers le manga que les traumatismes de la société japonaise sont racontés pour la première fois. C'est à travers le manga que ceux-ci sont dépassés. Ainsi, le manga est utilisé dans l'enseignement, les musées, et à l'étranger, pour promouvoir le Japon. Comme jamais auparavant, la bande dessinée occupe une place primordiale dans un pays :

*« en accordant au manga de multiples formes de reconnaissance officielle [...] qu'aucun autre pays n'a jamais consenties à cette échelle à la bande dessinée<sup>93</sup>. »*



En 1990, le Japon connaît une crise économique qui stoppe le développement du pays. Cette crise impacte la société

japonaise au point de faire baisser le taux de natalité. La population devenant de plus en plus âgée, le manga, dont les personnes âgées ne sont pas la cible principale, voit ses chiffres baisser. Le nombre d'exemplaires papiers (magazines et *tankôbon*) passe par exemple de 1,89 milliard en 1994 à 1,26 milliards, dont plus de 20% d'invendus<sup>94</sup>. Afin de sortir de cette crise et de s'élever au niveau de la Chine, à présent seconde puissance économique mondiale, le Japon va tenter de se démarquer par ses technologies et ses « industries de contenu<sup>95</sup> », industries dont le manga fait partie.

Comme je l'ai auparavant mentionné, le manga occupe une place très importante dans la promotion de son pays à l'international. Le gouvernement japonais sait que le manga plaît et l'utilise pour diffuser sa culture. Puisqu'il agit comme une vitrine du Japon sur le monde, le manga et ses auteurs se doivent d'être irréprochables. De strictes mesures sont alors appliquées concernant le travail de mangaka professionnel. Dans le but d'éviter tout potentiel scandale, les éditeurs tentent de contrôler les informations au sujet de leurs mangakas. Ces derniers sont également assignés à un agent qui les surveille et influe parfois sur l'œuvre<sup>96</sup>. Ainsi, les mangas sont beaucoup plus contrôlés et censurés de nos jours. Les éditeurs japonais peuvent exercer une grande influence sur le scénario d'une œuvre, au détriment de l'auteur.

*« Désormais, les cadres de l'édition entendent choisir les sujets des séries en fonction de ce qui, selon eux, doit intéresser le grand public, et ils orientent volontiers les scénarios en fonction de leur propre idéologie<sup>97</sup>. »*

Les éditeurs demandent des scénarios dont le but est d'influencer la jeunesse japonaise dans leur choix d'avenir: les préparer à entrer dans des métiers dont le Japon a besoin. Certains sujets se trouvent alors imposés, et la liberté dont le manga

jouissait disparaît. Mais aucune de ces séries « fabriquées » par les éditeurs ne connaît le succès des anciennes œuvres, celles nées de l'imagination des mangakas, en réponse aux problématiques de la société japonaise de leur époque<sup>98</sup>.

## Au début du XXI<sup>e</sup> siècle

### Une « crise de la créativité » ?

Jean-Marie Bouissou divise la période du manga moderne en trois générations<sup>99</sup> :

- la génération Tezuka-Shirato : elle s'inspire du traumatisme vécu par la société japonaise ; période durant laquelle les techniques utilisées pour le manga se démarquent de celles utilisées dans la bande dessinée franco-belge.
- celle d'Ôtomo-Toriyama : à partir de 1980, génération des « baby-boomers tardifs », nés dans les années 1950 ; période rebelle de la jeunesse japonaise.
- Et enfin, la génération Fujisawa-Takaya : à partir de 1990 ; connaissent les règles du manga sur le bout des doigts et ne s'en éloigne pas ; les éditeurs exercent un contrôle sur les œuvres de leurs auteurs.

Les mangakas du XXI<sup>e</sup> siècle, appartenant à la génération actuelle, sont nés dans un monde où d'innombrables cultures et idées se mélangent et interagissent. Aujourd'hui, et toujours selon Jean-Marie Bouissou, les mangakas n'inventent plus de nouveaux concepts. Ils ne sont plus des inventeurs, mais des « colleurs<sup>100</sup> ». Cette réutilisation d'idées, couplée au contrôle de plus en plus fort des éditeurs sur les scénarios, fait entrer

le monde du manga dans une « crise de la créativité<sup>101</sup> ».

### Les mangas sous de nouveaux formats ?

Un autre point qui mérite d'être noté est qu'aujourd'hui, au XXI<sup>e</sup> siècle, les *tankôbon* sont plus populaires que les magazines. En effet, leur chiffre d'affaires dépasse celui des hebdomadaires depuis 2004<sup>102</sup>. Le public préfère dépenser son argent dans les tomes reliés qui lui offre directement plusieurs chapitres, plutôt qu'un seul, perdu au milieu d'un ensemble de chapitres d'œuvres qui ne l'intéressent pas. En revanche, bien que les magazines hebdomadaires perdent de leur succès, ils restent nécessaires à l'industrie du manga. Ce sont eux qui introduisent les différentes séries au public, avant leur publication sous forme de *tankôbon*. C'est également à travers eux que les éditeurs choisissent quelles séries publier en format relié<sup>103</sup>.

Avec l'ère numérique que le monde connaît aujourd'hui, les éditeurs cherchent aussi à développer leur offre numérique, afin de toucher la jeunesse. En outre, le numérique peut servir de tremplin pour

débusquer de nouveaux talents. Ceux-ci postent sur leur blog des planches de leur série amateur, se constituent une communauté et, si le succès est au rendez-vous, se font remarquer par de grands éditeurs avant de signer chez eux<sup>104</sup>.

Comme je viens de le montrer, l'histoire du manga est complexe, et si le manga est aujourd'hui reconnu dans le monde entier comme « un fleuron du patrimoine culturel dont l'Archipel doit être fier<sup>105</sup> », il doit son statut actuel à une longue succession d'inventions et d'évolutions qui ont accompagnées la société japonaise dans son Histoire.

La question qui se pose à présent est celle de la place des *supokon*, sujets de mon étude, dans l'histoire du manga et, surtout, dans la construction du Japon.



Page du volume 10 des Hokusai Manga



Couverture du n°2392 de l'hebdomadaire japonais Weekly Shōnen Jump (Shueisha)

# Caractéristiques et Histoire des *supokon*

## Caractéristiques des *supokon*

Les *supokon* sont un des multiples genres que l'on trouve dans l'univers du manga et, comme tous les genres, ils suivent des règles et ont des caractéristiques propres. Tout d'abord, et ce comme la plupart des *shōnens* et *shōjos*, les personnages sont généralement des adolescents au collège ou au lycée. La cible des *supokon* est un jeune public : le choix de cette tranche d'âge paraît logique puisqu'il facilite ainsi l'identification du lecteur<sup>106</sup>. Celui-ci s'identifie au héros et aux situations qu'il rencontre dans sa vie quotidienne et s'attache ainsi plus facilement à ce personnage qui lui ressemble. De plus, le lecteur découvre souvent le sport en même temps que le personnage principal. Il est en effet courant que le héros découvre son sport au début du manga, ce qui augmente l'effet d'identification pour les lecteurs qui ne connaissaient auparavant pas ce sport. Nous

pouvons par exemple citer les personnages de Sakuragi Hanamichi de *Slam Dunk*, Kobayakawa Sena de *Eyeshield 21*, ou encore Yabuki Joe de *Ashita no Joe*. Ce procédé d'identification va également permettre d'inciter le lecteur à ressembler à son héros préféré. De cette manière, le parcours initiatique du héros va également devenir celui du lecteur. Le *supokon* où le héros développe un talent exceptionnel et subit un entraînement intensif sous le joug d'un entraîneur strict, suit la trame des mangas initiatiques dans lesquels le héros évolue et grandit à travers les épreuves qu'il surmonte. Dans les *supokon*, entrer dans le sport est synonyme d'entrer dans la société ; le héros s'intègre à un groupe et devient un citoyen responsable.



Le thème du sport inhérent aux *supokon* donne une importance toute particulière au mouvement. Les réalisations sportives des personnages doivent nous faire ressentir des émotions : joie, surprise, ébahissement ou admiration. Afin de rendre le mouvement engageant, les mangakas déploient tout un panel de techniques. Dans un premier

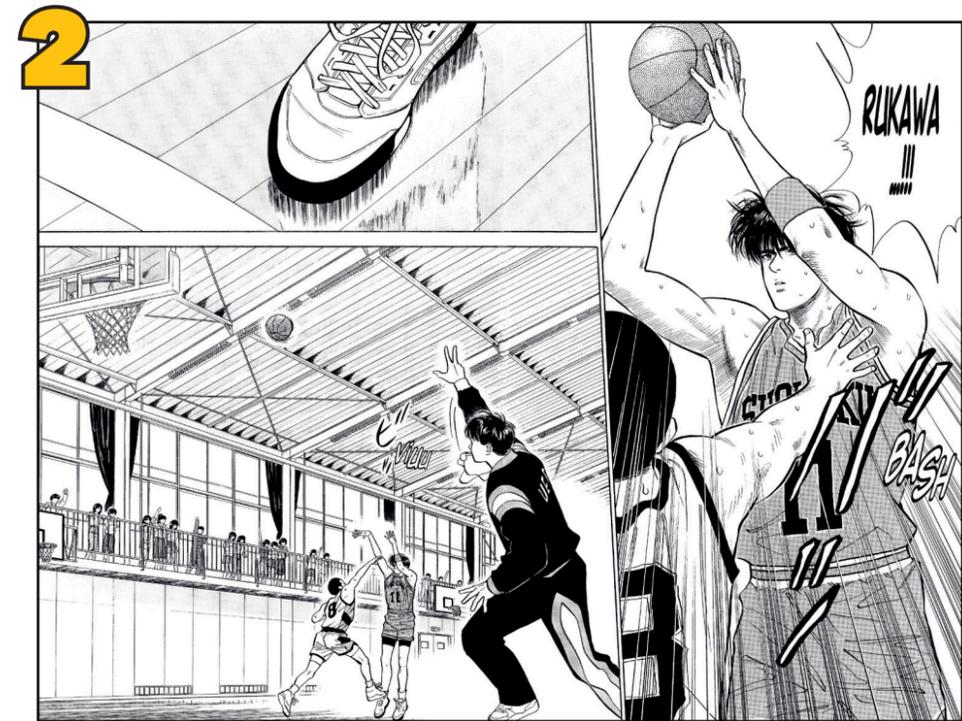
temps, un mouvement important va s'étaler sur plusieurs cases, chacune montrant une étape de l'action. Cette découpe précise, parfois accompagnée avec l'intercalage des visages de certains personnages, va servir à accentuer cette action et à la dramatiser. L'exemple suivant, tiré du manga *Slam Dunk*, l'illustre parfaitement.

*Exemple de segmentation d'une seule action, sur quatre pages*

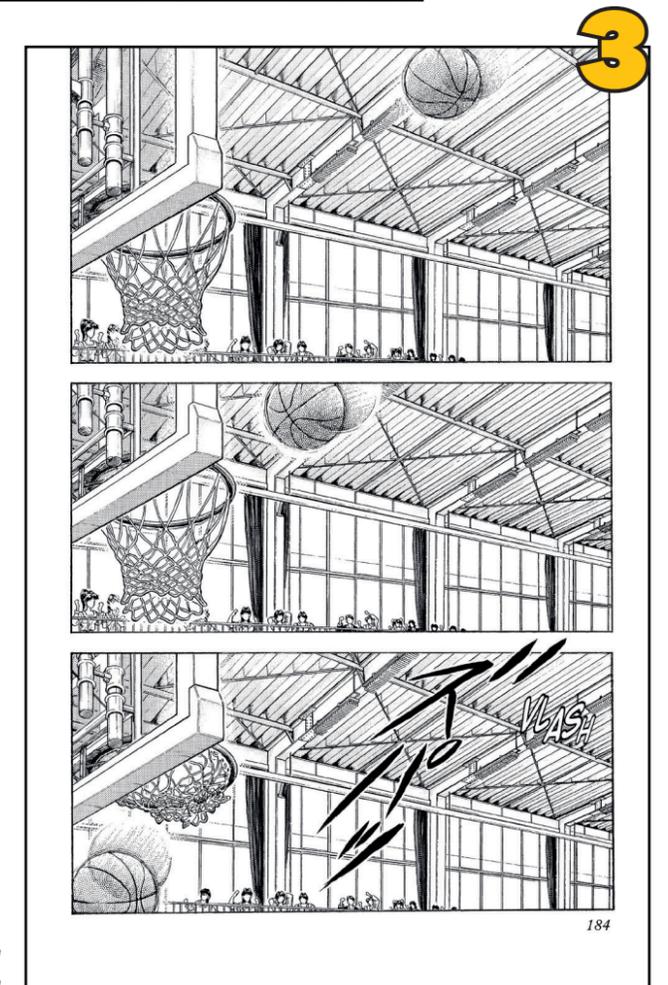
INOUE, Takehiko, *Slam Dunk (Star Édition)*, Tome 4, Chapitre 45, Kana, 2019, pages 181 à 184<sup>107</sup>



Page 181 : passe et réception du ballon



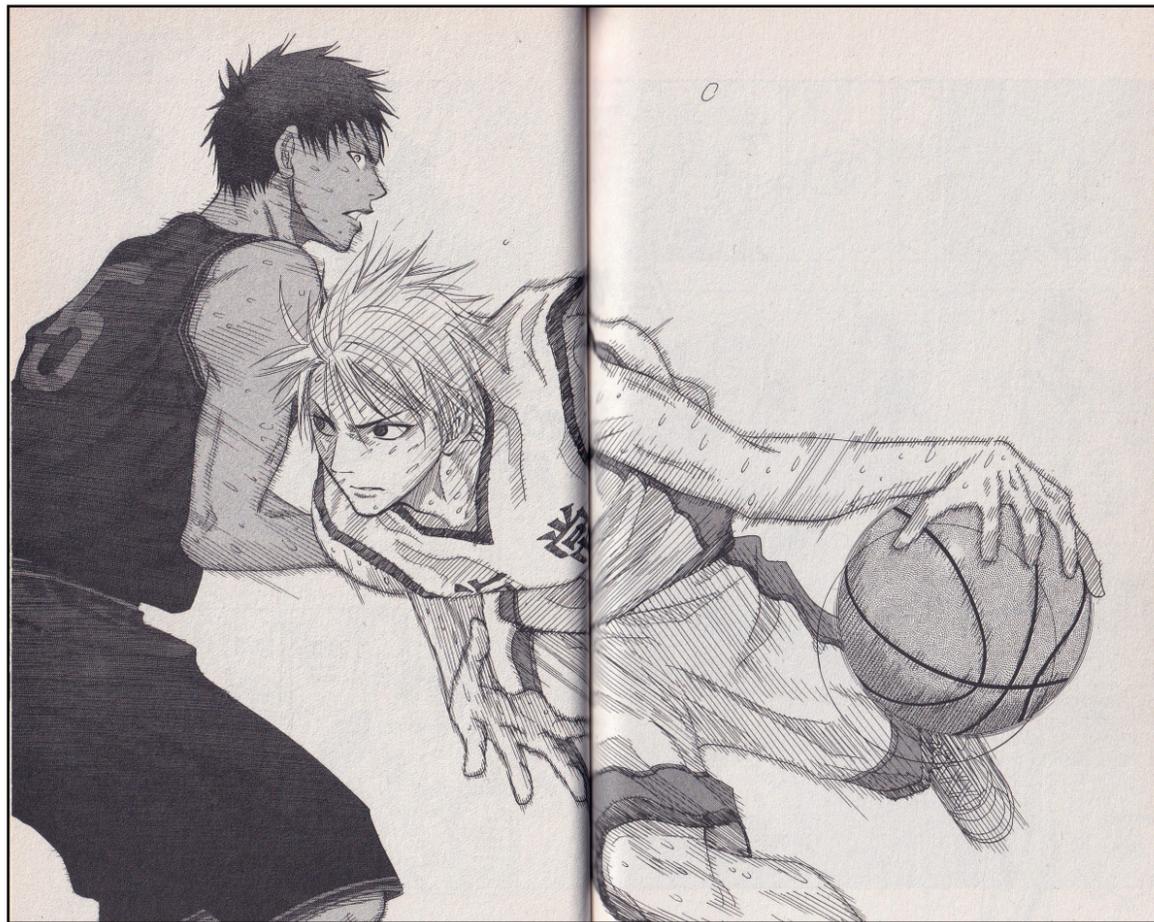
Pages 182 (à droite) et 183 (à gauche) : appuis, saut, et tir



Page 184 : trois cases dédiées au trajet du ballon à l'approche de l'arceau

Bounthavy Suvilay ajoute également que montrer plusieurs fois un même mouvement a un autre objectif : retarder la suite des événements et augmenter ainsi le suspens. Un second procédé consiste à jouer avec la taille et la forme des cases. « Au lieu de former un gaufrier régulier de rectangles comme dans la bande dessinée franco-belge<sup>108</sup> », les pages dédiées à

l'action et aux moments-clés vont contenir des cases de format irrégulier, qui vont servir à dynamiser l'action. Les pleines pages ou doubles pages servent par exemple à mettre en valeur un mouvement décisif, comme l'illustre l'exemple ci-dessous, où un personnage imbattable en un-contre-un se fait finalement passer en dribble par son rival.



FUJIMAKI, Tadatashi, Kuroko's basket, Tome 8, Chapitre 69, Kazé, 2012, p°182 (droite) et 183 (gauche) [Scan]

À noter que ce procédé n'est pas propre au *supokon* mais au manga en général, et qu'il est aussi présent dans les comics américains, comme le montre les deux exemples suivants :



KISHIMOTO, Masashi, Naruto, Tome 37, Chapitre 337, Kana, 2008, p°153 (gauche) et 152 (droite) [Scan]



THOMPSON, Kelly et CASAGRANDE, Elena, Black Widow, Tome 1 - Des liens indéfectibles, Panini Comics, 2020, p°7 (gauche) et 8 (droite)<sup>109</sup>

« Ces dispositifs liés à la mise en images sont renforcés par trois éléments spécifiques au manga : le mouvement subjectif, les onomatopées et ce que nous nommons le procédé du "personnage témoin"<sup>110</sup>. »

On désigne par « mouvement subjectif » le fait de supprimer le décor afin de le remplacer par des traits qui simulent un flou, causé par la vitesse. Là où la bande dessinée franco-belge ajoute des traits de mouvement aux objets mouvants, le *supokon* va agir au niveau de l'arrière-plan. Le personnage ou objet en mouvement reste au centre et est mis en valeur par l'effacement du fond. Ce principe du « mouvement subjectif » est parfaitement illustré par la double page de *Kuroko's basket* page 36. Le fait d'utiliser des lignes plutôt que de redessiner un décor dans son ensemble est également un gain de temps pour le dessinateur<sup>111</sup>. Les onomatopées, quant à elle, servent à accompagner le mouvement, et accentuer son impact, en lui associant des bruitages. Bounthavy Suvilay nous apprend par ailleurs que « dans la langue japonaise, de nombreux éléments peuvent être transcrits par un son, et même le silence<sup>112</sup>. ». Cette caractéristique de la langue japonaise explique pourquoi les onomatopées jouent un rôle si important dans les *supokon*. Malheureusement, c'est aussi cette caractéristique qui rend la traduction d'autant plus difficile. Le dernier dispositif évoqué par Bounthavy Suvilay est celui du « personnage témoin ». Elle le définit de la manière suivante :

« Le dispositif du personnage témoin permet de renforcer la tension dramatique par des commentaires et des cases entièrement dédiées aux visages de spectateurs clés<sup>113</sup>. »

Le personnage témoin agit comme un intermédiaire avec le lecteur. Les gros plans sur les visages surpris et les exclamations d'étonnements confirment au lecteur que ce qu'il vient de se passer était extraordinaire. Les visages joyeux ou bien anxieux du public transmettent des émotions fortes qui vont accompagner et amplifier celles du lecteur. Celui-ci va vibrer avec le public. Celui-ci va faire partie du public. Les commentaires des personnages témoins vont également accompagner les matchs en expliquant notamment les actions les plus incroyables ou bien les règles les plus précises. Les personnages témoins ont donc une fonction pédagogique : ils servent à expliquer au lecteur, qui ne connaît pas forcément ce sport, quelles sont les règles à suivre. Ils peuvent aussi expliquer les techniques employées par les personnages, comme le montre les exemples de la page suivante.



Les caractéristiques propres au *supokon* ont un objectif principal : se mettre au service du sport afin de le représenter de la manière la plus dynamique et attirante possible. Le but est de totalement immerger le lecteur dans l'histoire et de lui faire oublier que les images sont fixes. Il doit avoir l'impression de regarder le match comme s'il se déroulait devant lui, comme s'il faisait partie du public. Cette immersion totale doit évidemment amener le lecteur à aimer ce sport, à s'y intéresser, et à lui donner envie de la pratiquer. Il s'agit là des caractéristiques actuelles du *supokon*. Il faut savoir qu'à l'origine, les mangas de sport se devaient de remplir un tout autre but : préparer la population japonaise à devenir des soldats.

Exemples d'explications par les personnages témoins des techniques employées

MORIKAWA, George, *Hajime no Ippo : Tome 102 (Saison 5 : Tome 14)*, Chapitres 995 et 996, Kurokawa, 2018<sup>114</sup>



Deux extraits du chapitre 995



Extrait du chapitre 996

## Histoire des supokon

Tout comme le manga en général, les mangas de sport vont se développer et évoluer en même temps que la société japonaise. Selon les époques, le *supokon* va avoir pour but de transmettre des valeurs différentes, celles jugées primordiales dans la société japonaise au moment où il est créé.

### Préparation et entraînement militaire

Le *supokon* naît avec un objectif bien précis : conditionner la population japonaise à devenir de bons et loyaux soldats. À la base de cette chaîne pour faire de la population de bons soldats, se trouvent les cours d'éducation physique et les clubs de sport :

*« L'école obligatoire sert avant tout à transformer les enfants en futurs bons soldats dociles capables de lire et suivre les ordres. De même, l'éducation physique sert à fabriquer de la bonne chair à canon. (...) Parallèlement à l'éducation sportive, les clubs de sport servent à former l'élite des militaires et à renforcer physiquement les soldats tout en leur apprenant à suivre les règles du sport pratiqué<sup>115</sup>. »*

À cette époque, ce sont les garçons qui sont visés par cette démarche. Les instructions officielles pour l'enseignement physique primaire en 1887 mettent en demeure de former les jeunes garçons à devenir des soldats, tandis que les filles doivent se destiner aux tâches

ménagères<sup>116</sup>. Les rôles attribués à chacun des sexes s'officialisent et la pratique sportive fait désormais office de préparation au service militaire. Avant les mangas de sport, ce sont les romans de jeunesse qui complétaient ces notions apprises à l'école. On retrouvait donc des héros subissant des entraînements intensifs dans le but d'obtenir la victoire, le tout accompagné d'une grande valorisation de l'esprit d'équipe<sup>117</sup>. Avant la Seconde Guerre mondiale, ce sont les *nekketsu shôsetsu* qui transmettent les valeurs telles que la détermination guerrière et le patriotisme. Comme je l'ai précédemment évoqué, le *nekketsu* est un genre dans lequel le héros suit un parcours initiatique. Le *nekketsu shôsetsu*, lui, va s'attarder sur la valorisation de l'aspect guerrier<sup>118</sup>. En 1930, les récits de formation vont par exemple mettre en scène un protagoniste qui se sacrifie pour son pays tandis que les récits de sports vont placer le champion sportif comme métaphore du bon soldat :

*« Le contrôle du corps étant une propédeutique à la maîtrise spirituelle, les fictions destinées à la jeunesse servent à prescrire l'attitude du futur bon soldat en mettant en scène la formation du champion sportif<sup>119</sup>. »*

### Au service de la reconstruction de la société

Lorsque les Américains occupent le Japon à la fin de la Seconde Guerre mondiale, cette préparation militaire

sportive et tout ce qui s'en rapproche est interdit. Le sport, les arts martiaux et tout ce qui transmet des valeurs guerrières ou patriotique n'est plus autorisé. Alors lorsque les troupes américaines se retirent et que l'interdiction se lève en 1952, ces pratiques auparavant interdites reviennent en force<sup>120</sup>. La renaissance de ces pratiques s'accompagne d'un florilège d'œuvres les mettant en scène et les promouvant. Après les romans de jeunesse, c'est dans le manga que celles-ci apparaissent. La transformation du héros à travers des épreuves physiques est toujours centrale mais elle n'est à présent plus au service de la promotion des valeurs militaires. Si ce schéma narratif avait à l'origine un but militaire, il met désormais en lumière des valeurs sociales indispensables à la reconstruction du pays. Après sa défaite en 1945 et son occupation, le Japon et sa population doivent se reconstruire, être unis et être forts.

*« Extrêmement populaires, ces variantes du récit de formation mettent l'accent sur le travail acharné et l'intensité des entraînements, la détermination morale affichée par les personnages correspondant à celle dont doivent faire preuve les citoyens japonais durant la phase de reconstruction (Collins, 2012)<sup>121</sup>. »*

Les Japonais eux-mêmes souhaitent voir ces valeurs promues et largement diffusées. Comme je le montrerai dans la sous-partie suivante, de nombreux magazines vont voir le jour et l'un d'entre eux, le *Weekly Shônen Jump*, interrogent des enfants afin de savoir quelle ligne éditoriale adopter. Ceux-ci vont répondre vouloir retrouver trois concepts : l'amitié, le courage, et la victoire<sup>122</sup>. Ces thèmes vont s'ajouter à ceux du sacrifice et de l'effort issus de leur

héritage militaire, et, avec la valorisation du travail d'équipe à travers la représentation des sports collectifs, vont contribuer à transmettre au peuple japonais les qualités nécessaires aux bons employés.

*« De même que l'affrontement dans le stade se substitue à celui se déroulant sur un champ de bataille, le conflit militaire est remplacé par la compétition économique<sup>123</sup>. »*

La population japonaise, galvanisée, se consacre au travail et à la reconstruction du pays. Celui-ci se développe alors à une vitesse impressionnante et devient finalement la seconde puissance mondiale après les États-Unis. L'utilisation du sport pour motiver la population se poursuit lorsqu'Ikeda Hayato, le premier ministre japonais de 1960 à 1964, dont le but est de doubler le PIB en dix ans, souhaite utiliser la médiatisation du sport à son bénéfice. En effet, les valeurs qui se dégagent du sport (courage, abnégation, solidarité) serviront à motiver son peuple, et lui permettront ainsi d'atteindre son but.

*« La compétition sportive est aussi une métaphore de la rivalité économique avec les puissances occidentales<sup>124</sup>. »*

C'est dans ce contexte de la croissance économique du Japon que va naître le terme « *supokon* ». Ce mot vient de la réunion de la prononciation japonaise de *sport comics* et de *konjo-kei* (motivation, dépassement de soi)<sup>125</sup>. Les *supokon* montrent et diffusent un certain état d'esprit. Ils incitent leurs lecteurs à grandir et évoluer. Ils appartiennent ainsi au genre du *nekketsu*, du récit initiatique. Plus les héros progressent dans leur sport, plus ils obtiennent des qualités qui font d'eux de

respectables citoyens. Bounthavy Suvilay cite par exemple le héros d'*Ashita No Joe* de Chiba Tetsuya. Orphelin bagarreur, c'est à travers la boxe que Joe se responsabilisera.

Ainsi, les *supokon* dépeignent un modèle physique et moral à suivre. Bien que représentant des sports et leur pratique, leur narration reste bien souvent exagérée ; caractéristique liée à la nature même de la bande dessinée<sup>126</sup>.

### **Supokon : production de masse et essoufflement**

#### **Les magazines et le début des *supokon* en production de masse**

Comme je l'ai expliqué dans la partie consacrée à l'histoire du manga, les hebdomadaires jouent un rôle essentiel dans l'évolution de ce média. En même temps que les mangas, ces magazines accélèrent également le développement des *supokon*. Le *Weekly Shōnen Sunday* de l'éditeur *Shōgakukan* et le *Weekly Shōnen Magazine* de *Kōdansha* mettent les athlètes de l'époque en couverture afin d'attirer les passionnés<sup>127</sup>. Les *supokon* gagnent en popularité et ont un impressionnant succès. C'est en effet *Kyojin No Hoshi*, manga sur le baseball, qui va permettre au *Weekly Shōnen Magazine* d'atteindre le million d'exemplaires vendus. Cet enthousiasme pour les *supokon* est grandement dû à leur narration qui correspond parfaitement au format proposé par les magazines hebdomadaires. Selon Bounthavy Suvilay, le fait de publier un chapitre par semaine permet d'augmenter le suspens. Le lecteur, qui a de plus en plus hâte de connaître la suite de la rencontre sportive et son résultat,

s'accroche à l'histoire et ne peut résister à acheter le numéro suivant<sup>128</sup>.

Les jeux Olympiques de Tokyo en 1964 jouent un rôle essentiel dans le succès des *supokon*. Les sportifs deviennent des stars et la population découvre de nouvelles pratiques sportives. Quant aux sports dans lesquels le Japon s'illustre, ils deviennent de véritables phénomènes. Les mangakas s'emparent de ces sports à succès et de nombreux *shōnens* sur le football ainsi que des *shōjos* sur le volleyball voient le jour. Avec un tel succès, les *supokon* s'enchaînent et deviennent des produits de masse. Produits en série, les *supokon* présentent par conséquent des caractéristiques similaires. Le but était de reprendre les éléments des séries à succès. Bounthavy Suvilay explique que les valeurs de la force du caractère (*konjō*), de la discipline (*tanren*) et de l'endurance (*nintai*), présentées par Kajiwara Ikki dans ses œuvres, se retrouvent dans des *shōnens* aussi bien que des *shōjos*. Celles-ci ont été copiées et sont devenues des valeurs centrales. Cette façon de procéder était d'une telle ampleur que certaines caractéristiques traversaient les genres et les types. L'éditeur de Toriyama Akira lui aurait par exemple demandé de « *changer l'intrigue de Dragon Ball pour se rapprocher de la dramaturgie des tournois de baseball*<sup>129</sup> ».



La production de *supokon* connaît une baisse dans les années 1980 lorsque le marché atteint un point où tous les sports ont été traités de la même manière. Les *supokon* doivent changer leur manière de raconter afin d'attirer de nouveau l'attention des lecteurs. Le manga de sport va alors se détacher des valeurs qui lui ont été

attribuées par Kajiwara Ikki, alors que celles-ci perdurent ironiquement dans la fantasy<sup>130</sup>.

### **Renouveau du *supokon***

Une fois le contexte après-guerre passé, le quotidien des Japonais est plus calme et plus heureux. Les valeurs originales du *supokon* telles que le sacrifice ou la rigueur ne sont plus d'actualité. Par ailleurs, ces valeurs ne sont pas portées par la jeunesse japonaise des années 1980 qui n'a pas connu les difficultés économiques de ses aïeux. Celle-ci ne se reconnaît donc plus dans les *supokon* vantant l'effort, la souffrance, l'abnégation. En outre, le sport perd des adeptes de manière générale. Perçu comme un loisir fatiguant, les jeunes lui préfèrent notamment les jeux vidéo<sup>131</sup>. Afin d'attirer l'attention des lecteurs, les *supokon* vont miser sur d'autres éléments, tels que la romance ou la comédie. Le sport devient seulement un accessoire, un décor dans lequel évoluent les personnages.

Si, au début du *supokon*, l'accent était mis sur « *le pathos, le sensationnel et une certaine représentation de la masculinité traditionnelle* », c'est ensuite le collectif et le plaisir de jouer qui sera mis en avant<sup>132</sup>. L'auteur ne se concentre plus sur un seul joueur mais sur l'ensemble de l'équipe dont chacun des membres est développé. Dans le but de se renouveler, le *supokon* laisse derrière lui certaines de ses caractéristiques premières et en détourne d'autres. Nous pouvons par exemple citer la trame narrative des rivaux. Le héros possède toujours un adversaire : Les affrontements et la concurrence qui en découlent permettront au héros de grandir. Ce code est parfois détourné, par exemple dans *Haikyū !!*, où le personnage principal et son présumé rival

se retrouvent dans la même équipe dès la fin du premier chapitre.

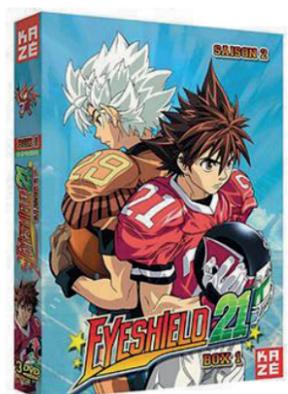
« *Ainsi, le manga de sport contemporain propose une immense variété de récits autour d'un sport et chacun peut trouver une série adaptée à ses goûts personnels, de la romance à la comédie, du récit épique à la description du monde sportif*<sup>133</sup>. »

### **Supokon et Histoire sportive japonaise**

« *Au Japon, les pratiques sportives sont liées à l'émergence des nouveaux médias durant l'après-guerre. La fiction permet de dramatiser et de promouvoir les athlètes qui suscitent de nouvelles carrières chez le jeune public. Ce cercle vertueux est le graal visé par la plupart des séries de sport*<sup>134</sup>. »

Le sport, les *supokon* et les médias sont tous trois intimement liés. Le sport donne du contenu tandis que les médias et les *supokon* s'en inspirent. Réciproquement, les médias donnent de la visibilité au sport, ce qui lui permet de gagner en popularité. Ainsi, la vente de téléviseurs augmente brusquement durant les jeux Olympiques de Tokyo en 1964, la population voulant suivre les rencontres sportives. Les ventes de journaux sont également enflées par les matchs de baseball et les articles qui les concernent<sup>135</sup>. Comme j'ai précédemment évoqué dans *Une Histoire du manga* page 25, les *supokon* et les histoires qu'ils racontent, se diffusent grâce à la stratégie du *media mix*. Il s'agit de décliner un même contenu sur de multiples supports ainsi que sous différents formats<sup>136</sup>.

Exemples de produits dérivés du manga Eyeshield 21



DVD



Ballon



Sweatshirt



Figurine



Peluche de la mascotte de l'équipe



Tapis de souris

**Les sportifs comme argument de vente**

Les sportifs et le sport qu'ils pratiquent sont mis en avant dans les mangas et à la télévision. Ces nouveaux médias se servent de ces athlètes connus pour augmenter leur vente et leur audience. De la même manière, les magazines destinés à la jeunesse vont mettre des sportifs de haut niveau sur leur couverture, tandis que des pages explicatives donnent des informations supplémentaires sur ces sportifs vedettes.

Comme je l'ai précédemment mentionné, les jeux Olympiques de Tokyo propulsent réellement les sportifs sur le devant de la scène et font d'eux des sources d'inspiration. On retrouve ainsi un certain nombre de *supokon* s'inspirant de la vie de célèbres sportifs<sup>137</sup> :

- *Tiger Mask* (1968-1971) : beaucoup de personnages renvoient à des combattants de catch réels.
- *Kick no Oni* (1969-1971) : inspiré par le kickboxeur Sawamura Tadashi.
- *Karate Master* (1971-1977) : basé sur la vie d'Oyama Masutatsu.
- *Yawara !* (1987-1993) : inspiré par la judoka Yamaguchi Kaori.

De la même manière que certains héros de *supokon* sont inspirés de sportifs réels, certains sportifs se voient comparés à des héros de papier. C'est notamment le cas de la judoka Tani Ryôko, surnommée « Yawara-chan » en comparaison avec le personnage Yawara, du manga du même nom.

Les *supokon* et l'histoire sportive japonaise sont intimement liés. D'un côté, les sports les plus repris sont ceux dans lesquels le Japon s'illustre, en témoigne la floraison de *shôjos* sur le volleyball après

la médaille d'or de l'équipe féminine aux jeux Olympiques de Tokyo. De l'autre, les *supokon* promeuvent les sports et leurs athlètes.

**Promotion des sports**

« En commémorant les exploits réels, les mangas contribuent à créer une nouvelle génération de sportifs<sup>138</sup>. »

Comme je l'ai auparavant expliqué, les *supokon* servent au même titre que les médias traditionnels à promouvoir un sport auprès du public. Les fans d'un manga sur le basketball s'intéresseront par ricochet à ce sport. Via le manga, ou leurs recherches personnelles, ils en apprennent les règles et l'histoire, découvrent des athlètes célèbres, voient des matchs... Cet intérêt les poussera peut-être même à vouloir pratiquer ce sport. Les exploits des héros, leur état d'esprit, leur passion et l'ensemble des valeurs qu'ils transmettent, montrent au lecteur toutes les meilleures facettes d'un sport et lui donnent envie à lui aussi de goûter à ces sensations. Les lecteurs qui tomberont amoureux d'un sport grâce à un *supokon* sont autant de potentiels futurs athlètes pour leur pays.

Les *supokon* ont un réel impact sur le nombre de pratiquants d'un sport. Dans son livre *Le Sport anime !*<sup>139</sup>, Bounthavy Suvilay cite plusieurs exemples qui prouvent cette affirmation. Tout d'abord, lorsque le Japon gagne la médaille de bronze en football aux jeux Olympiques du Mexique en 1968, l'intérêt soudain des Japonais pour ce sport est amplifié par *Captain Tsubasa*<sup>140</sup>, et les jeunes fans commencent à le pratiquer. Ce sont ces mêmes fans qui, une fois plus vieux, appartiennent à la J.League, créée en 1992<sup>141</sup>. Elle prend également l'exemple

# mangas en France Le m ché de mangas en Fra le marché des mangas rance Le marché des n gas en France Le march

## Le marché des mangas en France

de *Slam Dunk*. *Supokon* traitant du basket, ses plus de 157 millions d'exemplaires vendus ont participé à l'augmentation du nombre de licenciés dans la ligue de basketball japonaise : « *La Fédération du Japon a officiellement reconnu l'impact du manga sur la popularisation de ce sport en 2010*<sup>142</sup>. » Sous l'initiative de l'auteur Inoue Takehiko, une bourse d'étude fut même créée afin de donner l'occasion à un lycéen japonais d'aller aux États-Unis pratiquer le basket. Bounthavy Suvilay évoque ensuite le manga *Haikyû !!*, qui a lui aussi fait augmenter le nombre de licenciés en volley.

Par ailleurs, la promotion du sport via les *supokon* est encore plus efficace lors de la diffusion en anime. Ceux-ci permettent de mettre l'histoire en mouvement. La représentation du sport est alors plus réelle et plus engageante. De plus, l'exportation internationale des animes est plus simple et plus grande. Ces deux éléments font que le format anime correspond totalement au *supokon* et à ses intentions. Dans les années 1980, lorsque les animes arrivent en France, la série tirée du *supokon* *Jeanne & Serge* fait partie des plus gros succès et est la raison pour laquelle le nombre de licenciés dans les clubs de volleyball va brusquement augmenter<sup>143</sup>.



Kajiwaru Ikki, auteur de *Kyojin no hoshi*, *Tiger Mask*, *Ashita no Joe* (scénariste)



Couverture du tome 1 de *Yawara !*, *supokon* inspiré par la judoka Yamaguchi Kaori

### Les mangas arrivent en France

Quand les mangas ont commencé à entrer en France dans les années 1970, ils connurent d'abord nombre de critiques et peu de succès. C'est donc grâce à la télévision et aux animes qu'ils se populariseront<sup>144</sup>. Parmi les animes les plus connus des années quatre-vingt, je peux facilement citer *Jeanne & Serge*, *Olive & Tom*, mais encore et surtout, *Goldorak*. Karyn Poupée précise que ces séries télévisées étaient ainsi le seul rapport, indirect, au manga que la population française avait,

et que, dans beaucoup des cas, on ignorait même que ces séries étaient tirées de mangas<sup>145</sup>.

L'exportation à l'international des séries télévisées japonaises débute dans les années 1970, à un moment où la demande pour les dessins animés pour enfants est très forte. Les regards se tournent alors vers le Japon dont les studios sont moins chers et plus rapides (voir tableau 1 ci-dessous)<sup>146</sup>.

	France	Japon
<b>Coût de production (par minute)</b>	5 000€	3 000€
<b>Fréquence de production (nombre d'épisodes par an)</b>	450	1 800

Tableau 1 : comparaison des studios d'animations japonais et français<sup>147</sup>.

Deux autres facteurs favorisaient les studios japonais : leur stock déjà grand d'animes<sup>148</sup>, et le faible coût d'achat des droits. Ces quatre éléments permettent au Japon de devenir le leader du marché mondial des séries télévisées pour enfants.

« *les œuvres japonaises ou co-produites avec le Japon représentaient 36,5% de la programmation RécréA2 (1978-1988), et pas moins de 78,5% de celle du Club Dorothee (1987-1997)*<sup>149</sup>. »

À travers ces émissions, et malgré des noms francisés<sup>150</sup>, la jeunesse française découvre l'univers de la fiction japonaise, avec ses thèmes, ses valeurs, et sa façon de raconter, bien différents de ce que l'on pouvait trouver dans la bande dessinée franco-belge pour enfants et les dessins animés qui en étaient tirés.

« *Ces personnages et ces univers n'avaient aucun équivalent dans notre BD pour enfants, soumise aux diktats puritains, bien-pensants et "de bon goût", de la Commission de surveillance des publications destinées à la jeunesse, ni dans les séries télévisées inspirées de la BD ainsi aseptisée*<sup>151</sup>. »

Ces séries télévisées venant du Japon apporte alors à la jeunesse française une fraîcheur certaine, un dépaysement. En grandissant, ce sont ces enfants qui regardaient des dessins animés japonais qui ont permis d'ouvrir la France au marché du manga. Lorsqu'*Akira* fut traduit en 1990, ce premier manga publié en France fut un véritable succès<sup>152</sup>. Il est important de préciser qu'à cette époque, les mangas japonais subissaient de nombreuses transformations avant leur publication en français. Les planches étaient notamment

réimprimées dans le sens de lecture français, et les dessins en noir et blanc étaient colorisés<sup>153</sup>.



Comme je l'ai montré, il existe des types de mangas distincts qui s'adressent à un sexe ou une tranche d'âge bien précise, ce qui est moins le cas de la bande dessinée franco-belge. Chaque manga vise un public précis. Ainsi, il est plus facile d'attirer l'attention de futurs lecteurs qui cherchent facilement dans le type ou le genre qui les intéresse. Rajoutons à cela que le choix ne manque pas : les mangas touchent à une énorme quantité de genres. Dans le marché du manga, la moindre niche est explorée. Par conséquent, lorsque le manga arrive en France, il ne se heurte que très peu à la concurrence. Jean-Marie Bouissou cite pour exemple les *shōjos*. Il explique que les éditeurs français ne s'intéressent plus aux bandes dessinées destinées aux adolescentes depuis les années 1960 ; les *shōjos* ont donc la voie totalement libre. Il cite également les genres « *inspirés de l'histoire même du Japon*<sup>154</sup> ». Le post-apocalyptique, le *mecha*, les combats contre les aliens, ou encore les samourais et les ninjas, sont autant de scénarios qui ont amené au manga ses plus gros succès : *Akira*, *Goldorak*, *Dragon Ball*, *Naruto*... De manière générale, ce sont les *shōjos* et, surtout, les *shōnens* qui ont permis au manga de s'installer en France.



## Aujourd'hui, les mangas

En 1995, le mot « manga » entre finalement dans le dictionnaire *Le Petit Robert* pour la première fois<sup>155</sup>, et dès les années 2000, les ventes explosent. En 2008, avec 15,1 millions d'exemplaires vendus, les ventes de mangas représentent 37% des ventes totales de bande dessinée. Le marché du manga en France se développe à toute vitesse : si en décembre 2005 un total de 628 mangas avaient été traduits en français<sup>156</sup>, 1 456 nouveaux mangas sortent sur la seule année de 2013<sup>157</sup>.

« *La France est aujourd'hui le premier marché du manga à l'exportation*<sup>158</sup>. »

Le manga s'est démarqué en amenant avec lui des thèmes et une façon de raconter qui n'existaient pas dans la bande dessinée franco-belge. Selon Jean-Marie Bouissou, cet apport de nouveauté est une des raisons qui séduit les lecteurs de mangas<sup>159</sup>. Il cite également la communauté de fans, qui aime discuter et échanger. Les lecteurs de mangas ont alors un espace bien à eux dont les différents membres sociabilisent<sup>160</sup>. Le faible prix d'un manga et sa vitesse de production sont autant d'autres facteurs qui favorisent son insertion et sa diffusion. Bien que les plus grands lecteurs de manga aient aux alentours de 13 ans (46%)<sup>161</sup>, les profils des lecteurs sont divers et ceux-ci ne tiennent pas nécessairement compte des catégories prédéfinies par les types de mangas.

« *les actifs apprécient nombre de séries destinées aux collégiens et chaque sexe fait un succès à des titres en principe destinés à l'autre*<sup>162</sup>. »



Aujourd'hui, le manga prend une place prépondérante sur le marché de la bande dessinée, et ainsi sur celui du livre. De manière générale, la bande dessinée est un secteur du marché du livre dont la production et la vente augmentent. Selon l'institut GFK, 85 millions d'exemplaires de bande dessinée sont vendus en 2021, soit une augmentation de 60% par rapport à 2020<sup>163</sup>. Sur la totalité de livres vendus en France en 2021, environ 1 livre sur 4 est une bande dessinée, et pas moins de 55% de ces bandes dessinées seraient des mangas (voir Figure 1 page suivante).

Une telle importance des mangas dans les ventes de bandes dessinées s'explique car les ventes de ceux-ci ont connu une véritable explosion. Par rapport à 2020, le nombre d'exemplaires vendus et le chiffre d'affaires qui en a résulté ont été doublés<sup>164</sup> (voir Figure 2 page suivante).

« *On a le sentiment de découvrir ce phénomène mais cela fait cinq-six ans que le secteur est porté par une croissance à deux chiffres* » (Ahmed Agne, directeur éditorial des éditions Ki-oon, dans *Les Échos*<sup>165</sup>)

Depuis les années 1990, date de la parution du premier volume d'*Akira*, et encore aujourd'hui, le manga connaît un succès grandissant. Ces dernières années, la période de Covid et les confinements qui l'ont accompagnée ont permis à bon nombre de personnes de découvrir les

animes via des plateformes de streaming telles que Netflix ou Amazon Prime Video. Happé dans l'univers des fictions japonaises, ce public s'est ensuite intéressé aux mangas et en est devenu lecteur. Comme

je l'ai dit en introduction, l'instauration du Pass Culture en 2021, peu de temps après la réouverture des librairies, a permis de gonfler définitivement les ventes de mangas en France.

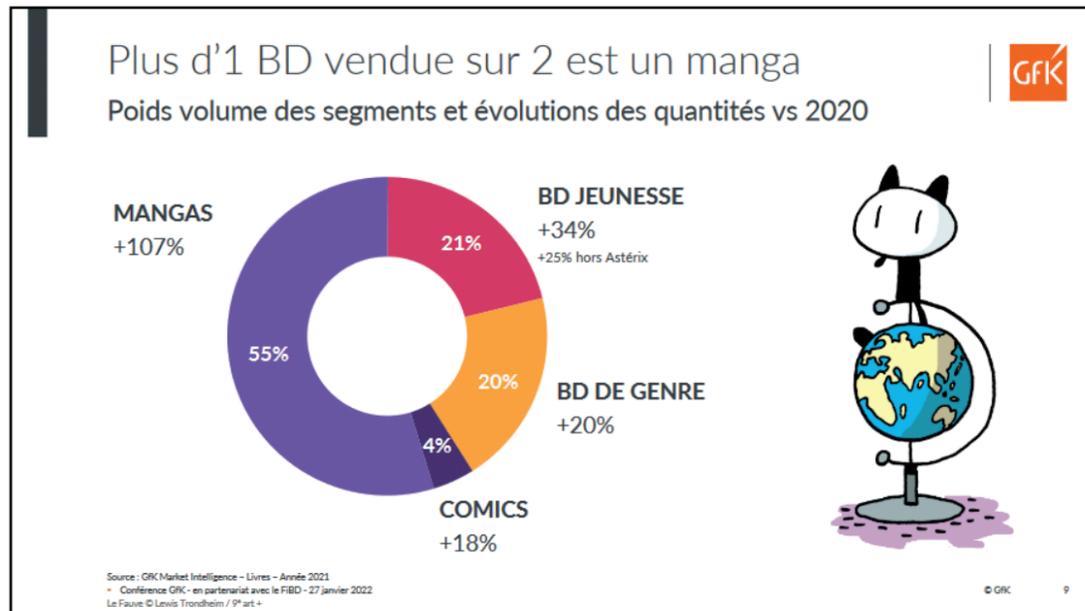


Figure 1 : répartition en France des ventes de bandes dessinées selon le type

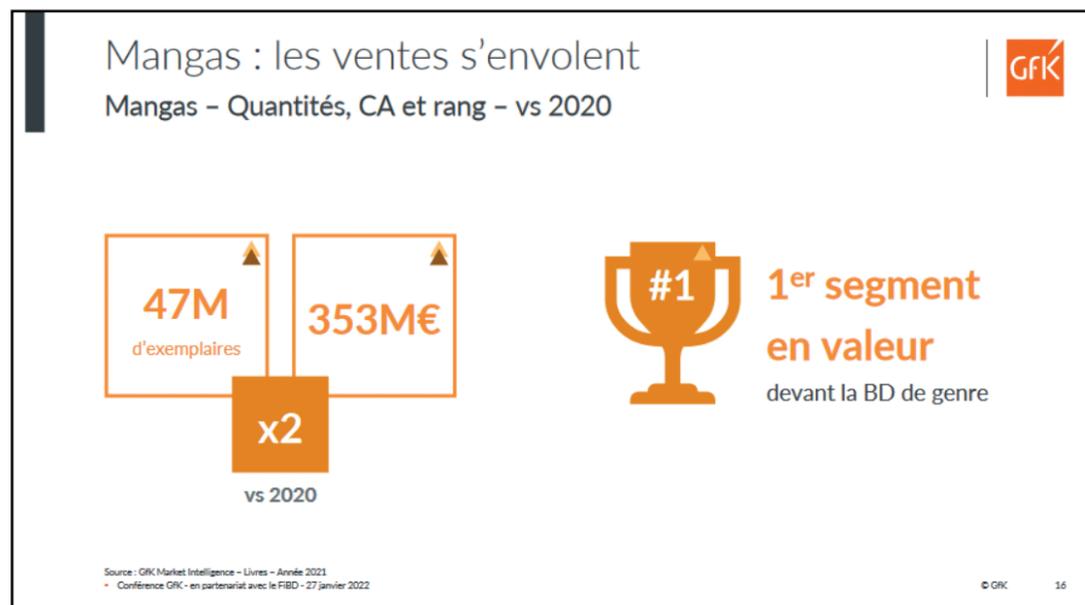


Figure 2 : les ventes de mangas en France en 2021

## Et les supokon ?

Les supokon arrivent en France en même temps que l'ensemble des mangas : avec les animes dans les années 1980. Puisqu'il ne s'agit pas de la même culture, les sports populaires au Japon ne le sont pas forcément en France. Le succès d'une œuvre peut alors grandement différer selon les pays. Prenons par exemple le baseball, un sport extrêmement populaire au Japon. Dans le pays du soleil levant, les supokon traitant du baseball ne manquent pas et nombre d'entre eux connaissent le succès. En France, en revanche, où ce sport n'est pas populaire, ceux-ci ne sont que peu favorisés par les éditeurs qui préfèrent se tourner vers des sports tels que le football, le basketball ou les arts martiaux.

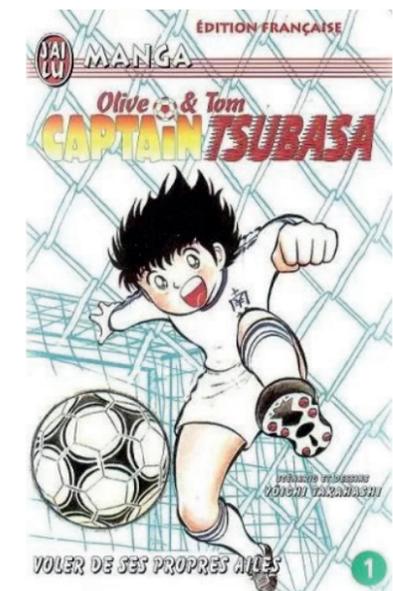
Dans notre société, la pratique sportive est encouragée et de nombreux moyens

sont mis en place pour la promouvoir. Dès l'école, les cours d'éducation sportive servent à introduire les enfants au monde du sport, tandis que les grands événements sportifs et les médias ravivent et maintiennent cet intérêt. L'un des médias les plus utilisés est la bande dessinée. Cette « culture privilégiée par la jeunesse<sup>166</sup> » est, de manière générale, grandement employée pour transmettre des valeurs ou une culture. À travers le neuvième art, le sport peut ainsi être promu directement auprès de la jeunesse, vivier de potentiels futurs athlètes.

Les supokon, qui bénéficient de la popularité grandissante des mangas, présentent toutes les qualités nécessaires pour faire d'eux des ambassadeurs au service des sports.



KOIZUMI, Shizuo (scénariste), et MAKIMURA, Jun (dessinatrice), Attacker You!, Black Box, 2020, 2 tomes.



TAKAHASHI, Yoichi, Captain Tsubasa, J'ai Lu, 1999-2002, 37 tomes.



# Seconde partie

## Méthodologie

-

# Présentation de la méthode de recherche

Comme je l'ai dit dans l'introduction, ce mémoire répondra au questionnement sur le rôle que les *supokon*, a priori destinés plutôt aux jeunes garçons, ont dans la diffusion, la valorisation et le maintien des pratiques sportives qu'elles évoquent. En réponse à cette question, je propose trois hypothèses :

- Les *supokon* sont utilisés pour promouvoir un sport.
- Une partie des licenciés s'est inscrit à un sport après avoir lu un *supokon* le concernant.
- La grande majorité des sportifs lisent des *supokon* abordant le sport qu'ils pratiquent.

C'est à ces trois hypothèses que ma recherche essaiera de répondre. On comprend bien que ma problématique tient à la question de la transmission de valeurs et d'intérêts par la lecture de mangas.



Le moyen le plus approprié pour traiter cette question est d'interroger directement les pratiquants de sport. La méthode du questionnaire était donc ici la plus logique, puisqu'il fallait disposer d'un nombre suffisant de données. Vous pouvez retrouver le questionnaire distribué sur la double page suivante. [*sport pratiqué*] était évidemment remplacé par le sport pratiqué par les équipes que j'interrogeais.

J'ai décidé de réaliser les passations en présentiel afin d'accompagner au mieux les joueurs lors du remplissage du questionnaire. Cela me permettait de répondre directement aux questions qu'ils se posaient et de discuter des mangas de sport avec les joueurs et entraîneurs en-dehors du remplissage du questionnaire.

Mais avant de débiter la passation, il me fallait d'abord déterminer les sports les plus représentés dans l'ensemble des *supokon*, afin de préciser mon échantillon.

# 1

## QUESTIONNAIRE MANGAS ET PRATIQUE SPORTIVE

Cette enquête par questionnaire, menée dans le cadre d'un Master Métiers de l'Édition, essaie de vérifier les relations éventuelles entre pratique sportive et lecture de mangas sportifs (*supokon*).

Tous les questionnaires sont anonymes et confidentiels.

### I - PRATIQUE SPORTIVE

1/ Quel est votre âge ? \_\_\_\_\_

2/ Depuis combien de temps pratiquez-vous ce sport ? (une seule réponse possible)

- 1 an ou moins       Entre 2 et 5 ans       +5 ans

3/ À quelle fréquence pratiquez-vous ? (une seule réponse possible)

- Moins de 3 fois par semaine (matches compris)  
 3 fois par semaine (matches compris)  
 4 fois ou plus par semaine (matches compris)

4/ Vous considérez votre sport comme (une seule réponse possible)

- Un divertissement sympathique  
 Une activité importante  
 Une activité indispensable

5/ Comment avez-vous découvert ce sport ? (plusieurs réponses possibles)

- Par des amis  
 Par votre famille  
 Par l'école  
 Par les médias (télévision, radio, mangas, etc.)

Si oui, précisez le ou les médias : \_\_\_\_\_

- Autres (précisez) \_\_\_\_\_

# 2

## II - SUR LES MANGAS

6/ Regardez-vous des animes sur le sport ?

- Oui  
 Non

7/ Lisez-vous des mangas ?

- Oui  
 Non (vous pouvez alors passer directement à la partie « III - Promotion »)

8/ Si oui, lisez-vous ou avez-vous lu des mangas de sport (*supokon*) ?

- Oui  
 Non (vous pouvez alors passer directement à la partie « III - Promotion »)

9/ Quand avez-vous commencé à lire des mangas de sport ? (une seule réponse possible)

- Avant de pratiquer le [sport pratiqué]  
 Après avoir commencé le [sport pratiqué]

10/ Qui vous les a fait découvrir ? (plusieurs réponses possibles)

- Des personnes du club (si oui, répondez à la question 11)  
 Des amis  
 Votre famille  
 Une publicité  
 Les animes  
 Autres (précisez) \_\_\_\_\_

11/ Si vous avez répondu « Des personnes du club » à la question 10, était-ce (plusieurs réponses possibles) :

- Un dirigeant  
 Un entraîneur  
 Un joueur  
 Une publicité du club  
 Autres (précisez) \_\_\_\_\_

# 3

12/ Lisez-vous des *supokon* sur le [sport pratiqué] ?

- Oui
- Non (vous pouvez alors passer directement à la partie « III - Promotion »)

13/ Si oui, de quels mangas s'agit-il ? Pouvez-vous citer les titres ci-dessous ?

---

---

---

14/ Cette lecture a-t-elle influencé votre pratique ? (une seule réponse possible)

- C'est elle qui m'a décidé.e à faire ce sport
- J'avais déjà envie de faire ce sport, cette lecture m'a convaincu.e
- C'est vrai que je fais plus d'efforts depuis que je lis ces mangas
- Je faisais déjà beaucoup d'efforts, mais cela soutient ma pratique
- Cette lecture ne joue pas vraiment.

### III - PROMOTION

15/ Avez-vous déjà vu une publicité sportive qui utilise des mangas de sport ? / Avez-vous déjà vu des mangas de sport utilisés pour promouvoir un sport ?

- Oui
- Non (si vous répondez non, vous avez fini le questionnaire ! Merci de vos réponses !)

16/ Si oui, quel était le sport et quel était le manga ? (plusieurs réponses possibles ; répondre sous forme de fraction : par exemple « Basket/Slam Dunk »)

---

17/ En quelle occasion ? (plusieurs réponses possibles)

- Jeux Olympiques
- Compétition de haut niveau (nationale, mondiale...)
- Compétition locale (départementale, régionale, tournois...)
- Aucune particulière : il s'agissait juste de promouvoir un sport auprès du public

**Vous avez fini le questionnaire ! Merci de vos réponses !**

\*Pour permettre une meilleure lecture, le questionnaire a été étendu sur trois pages. Lors de la passation, celui-ci s'étendait sur deux pages.

# Présentation de l'échantillon

## Choix des sports et des équipes

Afin de mettre en œuvre les prémices de cette recherche, j'ai réalisé un *listing* des mangas publiés en France de début janvier à fin juin de l'année 2021 ; le but étant de récolter des données précises sur les *supokon* en France.

J'ai choisi l'année 2021 pour plusieurs raisons : après la crise du Covid-19, c'est à cette période que la plupart des restrictions ont été levées et que la vie culturelle a réellement repris. En outre, c'est également en 2021 que le Pass Culture, dont l'impact sur le marché du manga en France fut significatif, a été instauré.

Ce *listing* complet de 740 séries inclut également les séries coréennes (manhwa), chinoises (manhua) et françaises (manfra).

Il est cependant beaucoup trop important pour permettre un traitement efficace. Afin de le réduire, puisque ce mémoire se concentre sur les mangas japonais, je n'ai finalement pris en compte que ceux-ci. En supprimant les manhua, manhwa et manfra, je descends à 696 séries. J'ai ensuite décidé de supprimer les *yaoi*, *yuri* et *hentai*<sup>167</sup> qui ne sont pas le sujet de mon étude. J'aimerais tout de même préciser qu'un *yaoi* (*10 Dance* de Inoue Satô) pourrait être qualifié de *supokon*, le scénario se développant dans le milieu de la danse.

En supprimant ainsi 59 séries, il reste 637 œuvres appartenant aux types *kodomo*, *shônen*, *shôjo*, *seinen* ou *josei*<sup>168</sup>. J'ai par la suite compté le nombre de *supokon* publiés dans ce laps de temps et j'ai relevé

à quels sports ils faisaient référence, s'ils étaient collectifs ou individuels, et à quel type de manga ils appartenaient.

Je n'ai pas compté comme *supokon* les trois séries traitant de cuisine ou de musique, bien que leur structure narrative et leur façon de présenter leur discipline s'apparente à celles des mangas abordant les sports traditionnels. Je me suis donc concentrée uniquement sur ces derniers. Les sports fictifs, précédés d'un astérisque dans le tableau 3, sont considérés comme

*supokon* dans les statistiques suivantes mais ne seront pas utilisés dans mon mémoire, ne pouvant pas avoir d'influence sur les pratiques sportives puisque le sport qu'ils présentent n'existe pas. J'ai ainsi relevé 25 *supokon* publiés dans les six premiers mois de l'année 2021, soit 3,9% de l'échantillon retenu. On voit ainsi que les *supokon* ne représentent pas une part importante des mangas publiés en France,

Sur ces 25 *supokon*, 18 sont des *shônens*, soit 72%, ce que résume le tableau suivant :

	<b>Shôjo</b>	<b>Shônen</b>	<b>Seinen</b>	<b>Total</b>
<b>Effectif</b>	3	18	4	25
<b>Pourcentage</b>	12	72	16	100

Tableau 2 : types de *supokon* publiés dans la première moitié de 2021 en France.

Il est donc confirmé que les *supokon* visent majoritairement le public adolescent masculin.



Pour la classification du type de sport, j'ai décidé d'ajouter une troisième catégorie en plus de « Sports collectifs » et « Sports individuels » : « Sports individuels par équipe ». En effet, certains sports comme le karaté et l'escrime sont abordés dans leurs séries respectives à travers des compétitions par équipes, bien que les combats soient individuels. Il me paraissait donc incorrect de les désigner comme individuels, les résultats de l'équipe permettant la victoire, ou collectifs, puisque les combats restent des duels. J'ai réalisé la classification de ces sports où deux types de compétition sont possibles en fonction de la compétition privilégiée par l'auteur. Cette façon de faire

a, en revanche, fait émerger une irrégularité : le judo se trouve dans deux catégories différentes. Deux séries en parlent, mais si la première (*Yawara !*) n'évoque que des duels, la seconde (*Uchikomi - l'esprit du judo*) traite à la fois des duels et des matchs par équipes. J'ai donc compté le judo une fois en individuel et une fois dans « Sports individuels par équipe ». Le tableau 3 page suivante présente ces résultats.

44% des *supokon* abordent des sports collectifs, contre 32% des sports individuels. Les sports individuels par équipe représentent, eux, 24% des *supokon* publiés en France dans la première moitié de 2021. Les séries traitant de sports collectifs sont donc plus nombreuses. Je tiens à préciser que la dimension collective se retrouve dans chacune des œuvres relevées, même dans les sports individuels. La notion d'appartenance à

un club ou à une équipe reste centrale, peu importe la pratique sportive. Pour ces raisons, je concentrerai mon mémoire sur les sports collectifs. Parmi ceux-ci, trois sports sortent du lot. On remarque en effet

que le basketball, le volleyball et, surtout, le football, sont chacun les sujets de plusieurs séries. Ils semblent faire partie des sports collectifs les plus populaires.

	<b>Sports</b>	<b>Nombre de séries</b>	<b>Pourcentage</b>	<b>Total</b>	
				<b>Nombre de séries</b>	<b>Pourcentage</b>
<b>Sports collectifs</b>	Alpinisme	1	4	11	44
	Basketball	2	8		
	Danse de salon	1	4		
	Football	4	16		
	*Paintball futuriste	1	4		
	Volleyball	2	8		
<b>Sports individuels</b>	Aviation	1	4	8	32
	*Beyblades	1	4		
	Boxe	2	8		
	*Boxe mécanique	1	4		
	Judo	1	4		
	Plongée	1	4		
	Sumo	1	4		
<b>Sports individuels par équipes</b>	Danse	1	4	6	24
	Escrime	1	4		
	Voiture	1	4		
	Karaté	1	4		
	Natation	1	4		
	Judo	1	4		
<b>Total</b>	/	25	100	25	100

Tableau 3 : sports abordés par les *supokon* publiés dans la première moitié de 2021 en France.

Le but principal de cette étude est de savoir si les *supokon* peuvent influencer leur lectorat, que ce soit en donnant envie de commencer une pratique sportive, ou bien en motivant les sportifs à faire plus d'efforts dans leur pratique. J'ai donc souhaité interroger des licenciés actifs, engagés dans la compétition, afin de connaître leur position vis-à-vis des *supokon*. J'ai distribué, en main propre, un questionnaire à plusieurs équipes, comme je l'expliquerai plus en détail ci-dessous. Comme je l'ai

démontré dans le paragraphe précédent, le football, le basketball et le volleyball font partie des sports les plus représentés. Les clubs limougeaux correspondants seront donc la cible de mon enquête.



Durant mes recherches sur les clubs de football, basketball et volleyball, trois ont retenu mon attention :



Limoges Football



Limoges Landouge Basket



Volley Ball Club Limoges Landouge Loisirs (VBC3L)

J'ai décidé d'interroger quatre équipes de chaque club, deux féminines et deux masculines. Les équipes interrogées appartiennent aux catégories U15, U18 et U20<sup>169</sup>. Ces catégories comprennent des jeunes entre 13 et 20 ans, bien que quelques personnes de 12 et 22 ans aient été tout de même présentes aux entraînements<sup>170</sup>. Cette tranche d'âge a été choisie en premier lieu car c'est elle qui contient le plus grand nombre de lecteurs de manga. Comme je l'ai mentionné dans l'introduction, 46% des jeunes de 13 ans lisent des mangas, et 32% des 16-25 ans<sup>171</sup>. De la même manière, c'est à ces âges là que la population française est la plus sportive. En effet, selon l'INJEP, seulement un jeune

de 15-24 ans sur sept ne fait pas de sport, contre une personne sur quatre pour les 25-39 ans et quatre sur dix entre 40 et 69 ans<sup>172</sup>. Cette tranche d'âge comprend donc à la fois les plus grands lecteurs de mangas et les plus grands sportifs. Ainsi, si celle-ci, plus lectrice et plus sportive, ne lit pas de *supokon* sur sa pratique et/ou déclare que celle-ci n'est que peu ou pas influencé par les premiers, alors je pourrai en conclure que les *supokon* ont peu d'influence sur les pratiques sportives. À la suite de l'analyse des données récoltées via les questionnaires, je saurai alors si l'une ou l'autre de mes hypothèses est fausse ou juste.

## Présentation des équipes

J'ai distribué le questionnaire à 14 équipes : quatre pour le volleyball, et cinq pour le basketball et le football. Dans ce dernier sport, j'ai interrogé une équipe de plus car je n'ai pu interroger que quatre joueuses de l'équipe féminine U18, un nombre plus bas par rapport aux autres équipes. Comme les U20F du football ne comptaient que cinq joueuses et que j'avais déjà interrogé une équipe U20 pour le basketball, j'ai décidé de faire une exception et de les interroger en plus des U18F et des U15F. Il s'agit du seul sport dans lequel j'ai dû interroger une équipe supplémentaire.

Pour le basketball, j'ai en effet fini par ne pas utiliser les réponses d'une des équipes. Parmi les quatre équipes de basketball interrogées dans un premier temps (U13F,

U18F, U15M, U20M), la première interrogée appartenait à la catégorie U13F. Finalement, je me suis rendu compte qu'elles étaient trop jeunes (11 ans) par rapport au reste de mon échantillon. J'ai donc décidé de ne pas prendre en compte leurs réponses dans l'analyse de mes résultats, pour que la comparabilité avec des équipes d'autres sports reste optimale. Puisqu'il me fallait tout de même quatre équipes, j'ai distribué mon questionnaire à l'équipe féminine U15, ce qui me permettait également d'obtenir une cohérence avec les autres sports, et la possibilité d'une comparaison. Mon échantillon final comporte donc treize équipes : quatre pour le basketball et le volleyball, cinq pour le football. Celles-ci sont réparties en sept équipes féminines pour six équipes masculines. Dans la totalité de l'échantillon, les équipes appartiennent

toutes aux catégories U15, U18 ou U20. Ainsi, les joueurs ont majoritairement entre 13 et 20 ans, bien que, comme je l'ai expliqué dans la sous-partie précédente, des joueurs de 12 et 22 ans étaient présents dans certaines équipes<sup>173</sup>.

Voici un tableau récapitulatif de l'échantillon final :

Basketball		Volleyball		Football	
Catégories	Effectifs	Catégories	Effectifs	Catégories	Effectifs
<b>Féminines</b>					
U15	6	M15	16	U15	9
U18	11	M18	22	U18	4
/	/	/	/	U20	5
<b>Masculines</b>					
U15	12	M15	5	U15	14
U20	6	M18	12	U18	13

Tableau 4 : récapitulatif des équipes interrogées par questionnaire.

## Difficultés

J'ai été confrontée à divers problèmes lors de ma passation de questionnaires. Il a tout d'abord été compliqué d'entrer en contact avec les clubs. Comme je ne les connaissais pas, je n'avais aucun contact préalable avec eux. J'ai donc essayé de les joindre par mail, sans succès. Finalement, je me suis directement déplacée jusqu'aux

clubs pour tenter de parler directement à un entraîneur ou un membre de l'administration. Une fois cette démarche accomplie, ils ont tous accepté de m'aider et nous avons pu discuter des équipes à interroger et de leurs horaires, voire parfois de leur lieu d'entraînement. J'ai ainsi réussi à interroger les clubs que je visais.

La seconde difficulté se trouvait dans la passation du questionnaire en elle-même. En effet, les joueurs m'ont posé beaucoup de questions, dont certaines, parfois, que je n'avais pas imaginé qu'on me pose. Par exemple, pour l'âge, plusieurs joueurs, les plus jeunes, m'ont demandé s'il fallait préciser le « et demi » de leur âge. Cette question m'a prise par surprise mais n'était pas particulièrement difficile. Je savais déjà que je ne voulais pas prendre en compte les « et demi », et ça me paraissait tellement logique de ne pas le faire que je n'ai absolument pas pensé qu'on pourrait envisager de répondre « 12 ans et demi ». J'ai également eu une variante de cette question pour la durée de pratique. Les réponses que je proposais étaient les suivantes : « 1 an ou moins », « Entre 2 et 5 ans », « +5 ans ». Certains m'ont demandé « Et si ça fait un an et demi ? ». Cette question m'a davantage prise de court. En outre, si le « deux ans et demi » est compris dans la réponse « Entre 2 et 5 ans » et le « cinq ans et demi » fait partie de « +5 ans », ce n'est pas le cas de « un an et demi » qui n'appartient à aucune catégorie. Devais-je donc partir du fait qu'ils n'avaient pratiqué que pendant une année complète, ou bien qu'ils en étaient à leur deuxième année ? J'ai décidé de considérer que c'était leur deuxième année de pratique.

Comme je l'ai mentionné précédemment, j'ai également eu des problèmes avec les effectifs des équipes. Certaines ne possédaient que peu de joueurs, dans d'autres, la plupart étaient en vacances... Ce que j'avais prévu s'est donc trouvé bousculé et il a fallu s'adapter au fur et à mesure.

La plus grande difficulté que j'ai rencontrée était cependant de ma

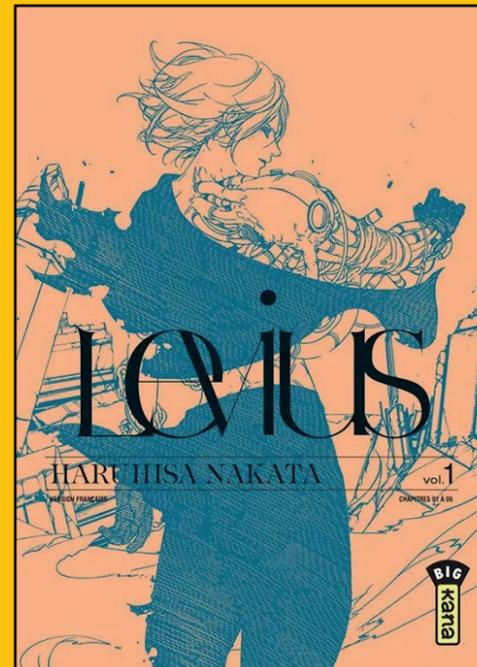
responsabilité. En effet, dans mon questionnaire, j'avais posé la question « Regardez-vous des animés sur le sport ? » (*question n°6 du questionnaire*). Si cette question est obligatoire pour tous dans la version présentée pages 56-58 (la version finale), ce n'était pas le cas au début de la passation. Dans la première version, seuls ceux qui ne lisaient pas de mangas de sport devaient répondre à cette question. Elle servait à vérifier l'affirmation « ceux qui ne lisent pas de *supokon* regardent malgré tout des animés de sport ». Finalement, le statut de cette question a été modifié au milieu de la passation, ce qui a impacté les résultats et compliqué mon analyse des données. Les équipes de basketball ont effectivement toutes été concernées, ainsi que la moitié des équipes de volleyball.

Dans les cas où animés de sport et mangas de sport seront évoqués en même temps, j'ai fait figurer un astérisque devant le terme *supokon* : \**supokon*. Toutes les autres mentions du terme *supokon* sans l'astérisque ne concernent que les mangas de sport à proprement parler.

J'ai éprouvé beaucoup de difficultés dans l'analyse des résultats. Pour analyser au mieux les réponses aux questionnaires, j'ai utilisé le logiciel *ModaLisa*. C'était la première fois que j'utilisais ce logiciel et il m'a donc fallu le prendre en main. Dans le même temps, c'était la première fois que je faisais ce genre d'études, en analysant des statistiques. Je ne possédais donc pas la méthodologie appropriée et ai donc dû faire beaucoup d'essais et me reprendre souvent. Également à cause de ce manque de méthodologie, plusieurs de mes questions ont été mal posées, ont finalement donné des résultats difficiles à analyser, ou ont résulté en des réponses incomplètes.

Par exemple, pour la question « Quand avez-vous découvert les *supokon* ? », le terme « *supokon* » englobe n'importe quel *supokon*. Les joueurs peuvent donc avoir découvert les *supokon* (par exemple sur le football) avant même de découvrir leur sport (par exemple le volleyball). Ce cas de figure se retrouve dans chacun des trois sports étudiés. J'ai également fait une erreur lorsque j'ai demandé aux lecteurs de *supokon* sur leur pratique quels *supokon* sur leur sport ils lisent. Comme je ne demandais que les *supokon* lus sur la pratique, je ne connais pas les titres sur d'autres pratiques lus. J'aurais dû demander aux lecteurs de *supokon*, de manière générale, quels titres ils lisaient. Cela m'aurait peut-être permis de voir un *supokon* revenir dans tous les sports, même ceux qui ne sont pas de la même pratique.

Enfin, le logiciel *ModaLisa* n'affiche les pourcentages que jusqu'au dixième. Par conséquent, certains totaux atteignaient 99,9% ou 100,1%. Il a donc été nécessaire d'arrondir de nouveau certains nombres au dixième.



Couverture du tome 1 de *Levius*, *supokon* sur la boxe mécanique, sport fictif



Couverture du tome 1 de *Uchikomi - L'esprit du judo*, *supokon* abordant le judo comme un sport « individuel par équipe »

# Présentation des résultats généraux

## Panorama global des sportifs

Après avoir expliqué la façon dont j'ai procédé et quelles équipes j'ai interrogées, je vais à présent présenter les caractéristiques de l'échantillon.

La plupart des sportifs interrogés ont entre 12 et 17 ans, ce qui correspond aux catégories que je visais. Les classes d'âges des 12-14 ans et des 15-17 ans représentent une part quasiment égale : 48,1% pour la première et 45,2% pour la seconde. Seuls 6,7% des interrogés ont 18 ans ou plus. Cette disparité se reflète d'ailleurs sur certains des résultats obtenus lors de l'analyse de données. Je rappellerai donc ce fait au cours de mon étude, lorsqu'un résultat s'en est retrouvé impacté.



Mon échantillon est composé en majorité de femmes, puisqu'elles représentent 54,1% des sportifs.

Lorsque j'ai commencé à me renseigner sur les clubs que je pourrais interroger, je me suis rendu compte que les clubs de volleyball possédaient beaucoup moins d'équipes. J'en ai donc déduit qu'il y aurait moins de licenciés ou, en tout cas, moins de joueurs à interroger. Mais à ma grande surprise, ce sont les volleyeurs qui sont le plus nombreux, puisqu'ils représentent presque la moitié des interrogés (40,7%). Leurs équipes contenaient en effet de nombreux membres (22 joueurs, 16, 12...), contrairement aux autres sports dont les équipes les plus nombreuses contenaient 12 joueurs pour le basketball et 14 pour le

football. Les footballeurs sont les seconds plus nombreux (33,3%). Représentant 25,9% de mon échantillon, les basketteurs sont les moins nombreux.

Le tableau suivant présente l'ancienneté de jeu des sportifs selon le sport :

	1 an ou moins	Entre 2 et 5 ans	Plus de 5 ans	Total
<b>Basketball</b>	11,4	25,7	62,9	100
<b>Football</b>	2,2	11,1	86,7	100
<b>Volleyball</b>	52,7	41,8	5,5	100
<b>Total</b>	25,2	27,4	47,4	100

Tableau 5 : durée de pratique selon le sport pratiqué,  $\text{Khi}2 = 74^{174}$ .

Une grosse part (47,4%) des sportifs interrogés pratiquent leur sport depuis plus de cinq ans<sup>175</sup>. Ceux qui pratiquent depuis un an ou moins ou entre deux et cinq ans représentent une part quasiment égale : 25,2% pour les premiers, et 27,4% pour les seconds. Il est important de noter que si

dans le basketball et le football la plupart des joueurs pratiquent depuis plus de cinq ans, chez les volleyeurs, ce sont ceux qui pratiquent depuis un an ou moins qui sont majoritaires : seulement 5,5% jouent depuis plus de cinq ans.

## Représentation du sport

Dans cette sous-partie, je vais étudier comment les sportifs perçoivent leur sport. La vision que l'on a de quelque chose va influencer sur la consommation de produits culturels associés. Ainsi, un joueur qui voit son sport comme une activité indispensable, en voulant approfondir son lien avec son sport, aura plus de chance de consommer des *supokon* traitant de sa pratique.

Le tableau 6 page suivante met en évidence les différentes tendances dans la vision que les sportifs ont de leur sport. Au niveau général, la majorité des sportifs interrogés (55,7%) voient leur sport comme une activité indispensable, un tiers le considère comme une activité importante, et seulement 11,5% ne le perçoivent que comme un divertissement sympathique.

On remarque en revanche que la répartition selon les sports est très différente. En effet, si entre 67,6% et 77,8% des basketteurs et footballeurs décrivent leur sport comme « indispensable », seuls 28,8%, soit moins d'un tiers des volleyeurs le perçoivent comme tel. Le volleyball reste tout de même perçu comme une activité importante par 50% de ses joueurs. Ce sont également ces derniers qui sont les plus nombreux à considérer leur pratique comme un simple divertissement sympathique : 21,2% contre moins de 6% pour les basketteurs et footballeurs.

Ce résultat peut être mis en relation avec la durée de pratique des joueurs.

Nous avons vu que si les basketteurs et les footballeurs pratiquaient depuis plus de cinq ans pour la plupart, la majorité des volleyeurs jouaient depuis un an ou moins. Ce parallèle semble alors valider l'un des deux faits suivants : plus les sportifs considèrent leur sport comme indispensable, plus ils le pratiquent longtemps ; plus ils le pratiquent longtemps, plus ce sport va devenir indispensable. Dans les deux cas, les affirmations semblent logiques.

Les basketteurs et les footballeurs paraissent ainsi plus à même de consommer des produits culturels associés à leur sport. Nous verrons pourtant, dans la partie suivante, que ce n'est pas le cas.

	Un divertissement sympathique	Une activité importante	Une activité indispensable	Total
<b>Basketball</b>	5,9	26,5	67,6	100
<b>Football</b>	4,4	17,8	77,8	100
<b>Volleyball</b>	21,2	50	28,8	100
<b>Total</b>	11,5	32,8	55,7	100

Tableau 6 : vision du sport selon le sport pratiqué,  $\text{Khi}2 = 26,8$ , taux total de non-réponses : 3%.



# Troisième partie

## Résultats

# Le manga et le sport

## Le manga et le sport

### Le manga et le sport

#### Le manga et le sport

##### Le manga et le sport

###### Le manga et le sport

## Lire des mangas

La première question que l'on peut se poser concerne les lecteurs de mangas dans notre échantillon de sportifs. Ils sont un peu plus de la moitié (51,1%) à en lire, soit la majorité. On sait, grâce à l'enquête du CNL en 2020, que les plus grands lecteurs de mangas sont des hommes, et que la lecture est plus forte aux alentours de 13 ans<sup>176</sup>. Cette enquête vaut pour la

population générale et il est donc légitime de se demander si, parmi les sportifs, sujets de mon étude, la même chose peut s'observer. Les sportifs lecteurs de mangas ont-ils les mêmes caractéristiques que les lecteurs de mangas au niveau national, sportifs ou non ? En d'autres termes, le fait de faire du sport a-t-il une influence quelconque sur la lecture de mangas ?

	Lecteurs	Non-lecteurs	Total
Femme	45,2	54,8	100
Homme	58,1	41,9	100

Tableau 7 : lecture de mangas selon le sexe,  $\text{Khi}2 = 1,73$ .

Sur la population globale de l'échantillon, les lecteurs de mangas représentent un plus gros pourcentage chez les hommes que chez les femmes, puisque 58,1% d'entre eux sont lecteurs contre 45,2% des femmes. Les résultats des lecteurs de mangas suivant le sexe rejoint les données enregistrées par le CNL.

Le tableau suivant met en lumière l'influence de l'âge sur la lecture de mangas. J'ai préféré faire une classe d'âge 12-14 ans plutôt que 12-13 ans (âge de déclin de la lecture de mangas selon le CNL) pour plusieurs raisons. Tout d'abord,

	Lecteurs	Non-lecteurs	Total
<b>12-14 ans</b>	67,7	32,3	100
<b>15-17 ans</b>	32,8	67,2	100
<b>18 ans et plus</b>	55,6	44,4	100

Tableau 8 : lecture de mangas selon la classe d'âge,  $\text{Khi2} = 15,3^{177}$ .

Grâce au tableau précédent, on remarque que ce sont les 12-14 ans qui forment la plus grande part des lecteurs de mangas. En effet, 67,7% d'entre eux sont des lecteurs de mangas. Ce pourcentage baisse de manière notable chez les 15-17 ans (32,8%), ce qui correspond encore une fois aux données du CNL sur la population générale, qui annonce que c'est à partir de 14 ans que la lecture de mangas décline. Pour les plus de 18 ans, ce sont également les lecteurs de mangas qui dominent, avec 55,6%, mais l'écart est beaucoup moins marqué, et n'est pas souligné par le PEM. Cela peut s'expliquer par le fait que l'échantillon des 18 ans et plus est faible. Comme je l'ai expliqué dans la sous-partie « Panorama global des

les chiffres du CNL montrent qu'à 14 ans, bien que le pourcentage de lecture décline si l'on compare aux adolescents de 13 ans, il reste très fort, et équivalent à celui que l'on retrouve à 12 ans. Il ne me paraissait donc pas logique de séparer 12 et 14 ans en se basant sur un abandon de la lecture. La deuxième raison, c'est que les classes d'âges découpées en 12-14 ans, 15-17 ans et 18 ans et plus, me permettaient d'avoir trois âges dans chacune des classes. De plus, les deux premières classes représentent ainsi une portion équivalente de mon échantillon.

sportifs », la classe d'âge des 18 ans et plus ne constitue que 6,7% de mon échantillon et n'est composée que de neuf sportifs. Les résultats ne sont alors pas représentatifs.

Si on regarde de manière plus précise année par année (cf tableau 9 page suivante), on remarque que ce sont parmi les sportifs de 13 ans que la part de lecteurs est la plus grande (72,7%). On voit que les données rejoignent celles émises par le CNL. Ainsi, même dans la population sportive interrogée, les plus gros lecteurs de mangas sont des hommes, aux alentours de 13 ans.

	Lecteurs	Non-lecteurs	Total
<b>12 ans</b>	50	50	100
<b>13 ans</b>	72,7	27,3	100
<b>14 ans</b>	66,7	33,3	100
<b>15 ans</b>	56,3	43,8	100
<b>16 ans</b>	27,8	72,2	100
<b>17 ans</b>	22,2	77,8	100
<b>18 ans</b>	40	60	100
<b>19 ans</b>	66,7	33,3	100
<b>22 ans</b>	100	0	100

Tableau 9 : lecture de mangas selon l'âge,  $\text{Khi2} = 21$ .

En revanche, même si un déclin progressif s'opère à partir de 14 ans, on observe une nouvelle hausse du pourcentage de lecteurs de mangas à 18 ans (40%), qui devient très importante chez les 19 ans (66,7%) et 22 ans (100%). Ces pourcentages, non soulignés par le PEM, bien qu'excessivement hauts sont en réalité le reflet d'un manque d'équilibre dans les effectifs de l'échantillon. En effet, je n'ai pu

interroger que trois individus de 19 ans, et un seul de 22 ans. Cette augmentation du taux de lecteurs de mangas n'est donc pas significative.

Puisque ces données sont tirées d'une population sportive, et pratiquant trois sports différents, il est nécessaire de se poser la question de l'influence du sport pratiqué dans la lecture de mangas.

	Lecteurs	Non-lecteurs	Total
<b>Basketball</b>	42,9	57,1	100
<b>Football</b>	31,1	68,9	100
<b>Volleyball</b>	72,7	27,3	100

Tableau 10 : lecture de mangas selon le sport pratiqué,  $\text{Khi2} = 18,4$ .

Si l'âge et le sexe jouent dans la lecture de mangas, il semble que le sport aussi. On observe en effet une disproportion massive entre les 72,7% de volleyeurs lecteurs de mangas, la proportion d'un peu moins du tiers de la population des footballeurs, et de moins de la moitié de l'échantillon des basketteurs. Il me faudra donc vérifier, pour

chaque sport, quels sont les facteurs qui agissent réellement sur la lecture.

Il peut également être intéressant de vérifier si les disparités sexuées sont les mêmes au sein de chaque sport. C'est ce que nous allons voir dans le tableau suivant, le onzième.

		Lecteurs	Non-lecteurs	Total
<b>Basketball</b>	<b>Femme</b>	23,5	76,5	100
	<b>Homme</b>	61,1	38,9	100
<b>Football</b>	<b>Femme</b>	22,2	77,8	100
	<b>Homme</b>	37	63	100
<b>Volleyball</b>	<b>Femme</b>	65,8	34,2	100
	<b>Homme</b>	88,2	11,8	100

Tableau 11 : lecture de mangas selon le sport pratiqué et le sexe, les  $\chi^2$  sont respectivement de 3,64 ; 1,11 et 2,59 en suivant le tableau de haut en bas.

Les différences sexuées selon le sport pratiqué sont nettes. Du côté du basketball, on observe une véritable répartition sexuée, puisque les proportions d'hommes et de femmes sont inversement symétriques, avec les hommes majoritairement lecteurs de mangas. La disproportion entre femmes et hommes au niveau du football ou du volleyball est loin d'être aussi forte. Il est également bon de noter que les footballeurs, qu'ils soient femme ou homme, sont majoritairement non-lecteurs. Les volleyeurs sont en majorité des lecteurs de mangas, avec un faible écart entre hommes et femmes. Autrement dit, on

voit ici que chaque sport possède une spécificité concernant la lecture de manga de ses sportifs.

Le tableau 12 page suivante présente les résultats au-regard de l'âge.



		Lecteurs	Non-lecteurs	Total
<b>Basketball</b>	<b>12-14 ans</b>	57,9	42,1	100
	<b>15-17 ans</b>	23,1	76,9	100
	<b>Plus de 18 ans</b>	33,3	66,7	100
<b>Football</b>	<b>12-14 ans</b>	47,8	52,2	100
	<b>15-17 ans</b>	5,6	94,4	100
	<b>Plus de 18 ans</b>	50	50	100
<b>Volleyball</b>	<b>12-14 ans</b>	95,7	4,3	100
	<b>15-17 ans</b>	53,3	46,7	100
	<b>Plus de 18 ans</b>	100	0	100

Tableau 12 : lecture de mangas selon le sport pratiqué et la classe d'âge, les  $\chi^2$  sont respectivement de 3,83 ; 8,55 et 11,8 en suivant le tableau de haut en bas.

Pour le basketball, même si l'on remarque un regain de lecture pour les 18 ans et plus, on observe bien, conformément aux données du CNL, un taux de lecture qui descend après 14 ans. Cependant, en ce qui concerne le football et le volleyball, l'important regain de lecture à 18 ans et plus peut s'expliquer à la faiblesse des effectifs (quatre joueurs de 18 ans et plus pour le football, et deux pour le volleyball). La baisse en fonction de l'âge reste avérée dans chacun des sports, même si les proportions diffèrent.

Si on compare ces résultats au tableau sur l'échantillon global (Tableau 8), les résultats sont semblables et montrent qu'il n'y a pas un sport où un âge différent influe davantage sur la lecture de mangas. On note

simplement, pour le football et le volleyball, un pourcentage particulièrement élevé, de non-lecteurs pour l'un, et de lecteurs pour l'autre.

Dans la population sportive, et peu importe le sport, les caractéristiques des lecteurs de mangas recueillies par le CNL en 2020 se vérifient. La variable sportive n'apparaît pas si forte : au sein des sports, les lecteurs de mangas sont les mêmes. La différence se trouve au niveau des pourcentages de lecteurs ou de non-lecteurs, lesquels seront plus bas ou plus hauts selon le sport, ce qui montre que l'activité sportive et la lecture de mangas peuvent tout de même être liées dans certains sports. Mais est-ce la même chose pour la lecture de *supokon* ?

## Lire des *supokon*

Dans la partie précédente, je me suis demandée si la population sportive lectrice de mangas possédait ses propres caractéristiques et si le sport pratiqué pouvait avoir une influence sur la lecture. Cette partie va à présent aborder la lecture des *supokon* afin de voir si leurs lecteurs sont les mêmes que les lecteurs de mangas. Je vérifierais également si, à cette échelle, le sport pratiqué a une influence sur la lecture.

Le tableau 13, opéré sur la sous-population des lecteurs de mangas, montre les proportions de lecteurs de *supokon*.

Nous pouvons relever que 78,3%, soit la grande majorité des lecteurs de mangas, lisent des *supokon*. Il est alors possible de conclure qu'un sportif lecteur de mangas a de grandes chances d'être un lecteur de *supokon*.

	Lecteurs de <i>supokon</i>	Non-lecteurs de <i>supokon</i>	Total
<b>Basketball</b>	80	20	100
<b>Football</b>	85,7	14,3	100
<b>Volleyball</b>	75	25	100
<b>Total</b>	78,3	21,7	100

Tableau 13 : lecture de *supokon* selon le sport pratiqué, sous-population des lecteurs de mangas = 69,  $\text{Khi}^2 = 0,471$ .

Le tableau 14 sur la page suivante, plus précis encore, montre bien ces tendances. Les footballeurs, je l'ai déjà montré, sont ceux qui lisent le moins de mangas. En revanche, parmi les 31,1% de lecteurs de manga, on ne trouve qu'un très faible pourcentage de non-lecteurs de *supokon*, le plus faible pour tous les sports (4,4%). Autrement dit, alors même qu'ils sont de faibles lecteurs de manga par rapport aux pratiquants des deux autres sports, leur lecture de mangas porte majoritairement sur les *supokon*. De même, les basketteurs lecteurs de manga

(42,9%) ont une assez faible proportion de non-lecteurs de *supokon* (8,6%). C'est au niveau des volleyeurs que les lectures se divisent davantage, puisque si les lecteurs de *supokon* sont majoritaires (54,5%), la proportion de lecteurs de mangas non sportifs est nettement plus importante (18,2%) que dans les autres sports. Pour les trois sports considérés, le *supokon* participe de manière nette à la lecture de mangas, que les sportifs qui en lisent soient nombreux ou non.

	Non-lecteurs de mangas	Lecteurs de mangas mais pas de <i>supokon</i>	Lecteurs de <i>supokon</i>	Total
<b>Basketball</b>	57,1	8,6	34,3	100
<b>Football</b>	68,9	4,4	26,7	100
<b>Volleyball</b>	27,3	18,2	54,5	100
<b>Total</b>	48,9	11,1	40	100

Tableau 14 : lecture de *supokon* selon le sport pratiqué,  $\text{Khi}^2 = 18,9$ .

En croisant les profils de lecteurs en fonction du sexe plutôt qu'en fonction du sport pratiqué, on observe le même phénomène que chez les lecteurs de

manga. Un homme est en effet plus porté à lire un *supokon* qu'une femme. C'est effectivement 51,6% des hommes qui lisent des *supokon*, contre 30,1% des femmes :

	Non-lecteurs de mangas	Lecteurs de mangas mais pas de <i>supokon</i>	Lecteurs de <i>supokon</i>	Total
<b>Femme</b>	54,8	15,1	30,1	100
<b>Homme</b>	41,9	6,5	51,6	100

Tableau 15 : lecture de *supokon* selon le sexe,  $\text{Khi}^2 = 7,24$ .

Parmi les lecteurs de mangas, la proportion d'hommes lisant du manga sans lire de *supokon* (6,5%) est très inférieure à celle des femmes, dont un tiers des lectrices de mangas préfèrent lire d'autres mangas plutôt que des *supokon*<sup>179</sup>. Cependant, parmi les 45,2% de lectrices de manga, les lectrices de *supokon* restent ainsi majoritaires, dans une proportion de deux-tiers.

Comme on vient de l'expliquer, dans l'échantillon analysé, un lecteur de mangas a de grandes chances d'être également un lecteur de *supokon*. Cette affirmation se vérifie si l'on prend en compte le sexe des lecteurs. Si l'on analyse selon l'âge, il serait également logique de trouver les plus grands lecteurs de *supokon* au sein de la même tranche d'âge que les plus gros lecteurs de mangas.

	Non-lecteurs de mangas	Lecteurs de mangas mais pas de <i>supokon</i>	Lecteurs de <i>supokon</i>	Total
<b>12-14 ans</b>	32,3	15,4	52,3	100
<b>15-17 ans</b>	67,2	8,2	24,6	100
<b>18 ans et plus</b>	44,4	0	55,6	100

Tableau 16 : lecture de *supokon* selon la classe d'âge,  $\text{Khi}^2 = 15,7$ .

C'est effectivement parmi les 12-14 ans que se trouve l'un des plus hauts pourcentages de lecteurs de *supokon* (52,3%). Les 18 ans et plus possèdent quant à eux le plus haut pourcentage de lecteurs de *supokon* ainsi qu'aucun lecteur de manga qui ne lit pas de *supokon*. Comme je l'ai déjà expliqué pour les tableaux 8 et 12, les pourcentages surprenants des 18 ans et plus s'expliquent par de faibles effectifs (neuf répondants, soit 6,7% de l'échantillon). On se rend ainsi compte que les plus grands lecteurs de *supokon* sont effectivement les mêmes que pour les lecteurs de mangas en population générale, et on observe encore une fois un déclin de la lecture après 14 ans.

Cette partie nous montre que les plus grands lecteurs de *supokon* ont un profil similaire aux plus grands lecteurs de mangas. Sexe et âge semblent bien

exercer une influence sur la lecture de *supokon*, même au sein de la sous-population des lecteurs de mangas. Celle-ci paraît malgré tout plus subtile que celle exercée sur l'échantillon global pour la lecture de mangas. Nous avons également vu qu'un lecteur de mangas avait de fortes chances de devenir un lecteur de *supokon*. Ce n'est donc pas tant l'âge et le sexe qui influe sur la lecture de *supokon* que le seul fait de lire des mangas. Évidemment, ces observations ne sont valables que pour la population sportive considérée. Il est fort possible qu'une population non-sportive s'intéresse beaucoup moins à la lecture de mangas sportifs.

Ainsi, si un sportif lit des mangas, il sera porté à la lecture de *supokon*. De manière logique, la question qui s'ensuit concerne la lecture de *supokon* sur le sport pratiqué.

## Lire des *supokon* sur sa pratique

Nous avons vu que 78,3% des lecteurs de mangas de l'échantillon des sportifs lisaient des *supokon*. La plupart des lecteurs de mangas sont aussi des lecteurs de *supokon*. Le rapport est-il le même entre

lecteurs de *supokon* et lecteurs de *supokon* sur sa pratique sportive ? Nous pouvons le supposer, puisqu'il paraît logique que les sportifs lecteurs de *supokon* en lisent sur leur sport.

	Lecteurs de <i>supokon</i> lié au sport pratiqué	Lecteurs de <i>supokon</i> autre que sur le sport pratiqué	Total
<b>Basketball</b>	66,7	33,3	100
<b>Football</b>	83,3	16,7	100
<b>Volleyball</b>	89,7	10,3	100
<b>Total</b>	83	17	100

Tableau 17 : lecture de *supokon* sur sa pratique selon le sport pratiqué, sous-population des lecteurs de *supokon* = 54,  $\text{Khi}^2 = 2,13$ , taux total de non-réponse : 1,9%.

83% des lecteurs de *supokon* en lisent sur leur pratique, ce qui montre que cette lecture s'appuie avant tout sur leur pratique personnelle. On retrouve effectivement ce pourcentage dans le football et le volleyball, respectivement à 83,3% et 89,7% de lecteurs de *supokon* sur leur pratique. Même si le pourcentage de lecteurs de *supokon* sur leur pratique est considérablement plus bas chez les basketteurs, cette proportion reste considérable, puisqu'elle représente les deux-tiers (66,7%) des lecteurs de *supokon*.

Il existe peu de différences sexuées entre lecteurs de *supokon* quant à la lecture de *supokon* sur le sport pratiqué. On observe que celle-ci se réduit bien plus qu'en population générale. Ce sont en effet 83,9% des hommes lecteurs de *supokon* qui sont des lecteurs de *supokon* sur leur pratique et 81,8% des femmes. Il est donc possible d'affirmer que la différence entre hommes et femmes est moins sensible lorsqu'ils lisent des *supokon*, puisque dans les deux cas, ils lisent des *supokon* sur leur pratique. La faible différence dans le pourcentage de lecteurs de *supokon* sur leur sport parmi la totalité des lecteurs de

*supokon* se retrouve également lorsque l'on s'intéresse aux classes d'âge. La part de lecteurs de *supokon* sur le sport pratiqué varie entre 80% pour les 18 ans et plus et 86,7% pour les 15-17 ans. L'écart est minime et confirme que les caractéristiques du lecteur de *supokon* influent peu sur sa lecture de *supokon* sur son sport.

Un lecteur de *supokon* a de fortes chances d'en lire sur son sport, peu importe son sexe ou son âge, ou le sport qu'il pratique. Ainsi, celle-ci est intrinsèquement liée à la pratique sportive même du lecteur. La question de la relation entre l'une et l'autre se pose donc.

Le but de cette étude est de voir si cette lecture a une influence sur la pratique sportive. En influence-t-elle la fréquence ou la vision que le lecteur en a ? Ou même, l'initie-t-elle ? C'est ce que nous allons voir dans la prochaine partie.

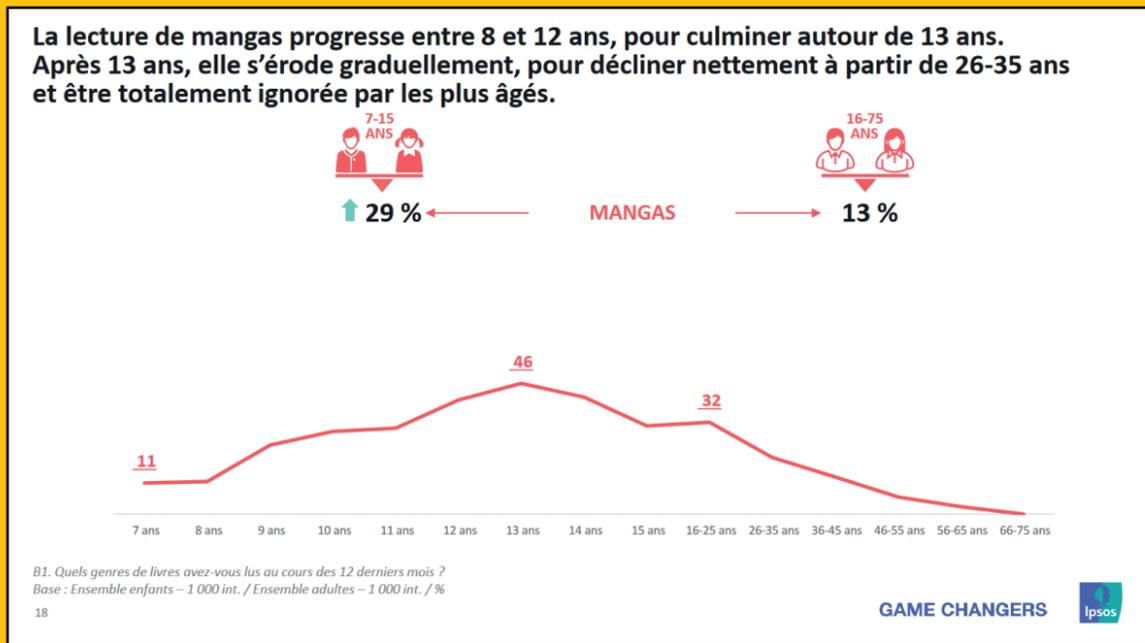


Figure 3 : lecture de mangas selon l'âge

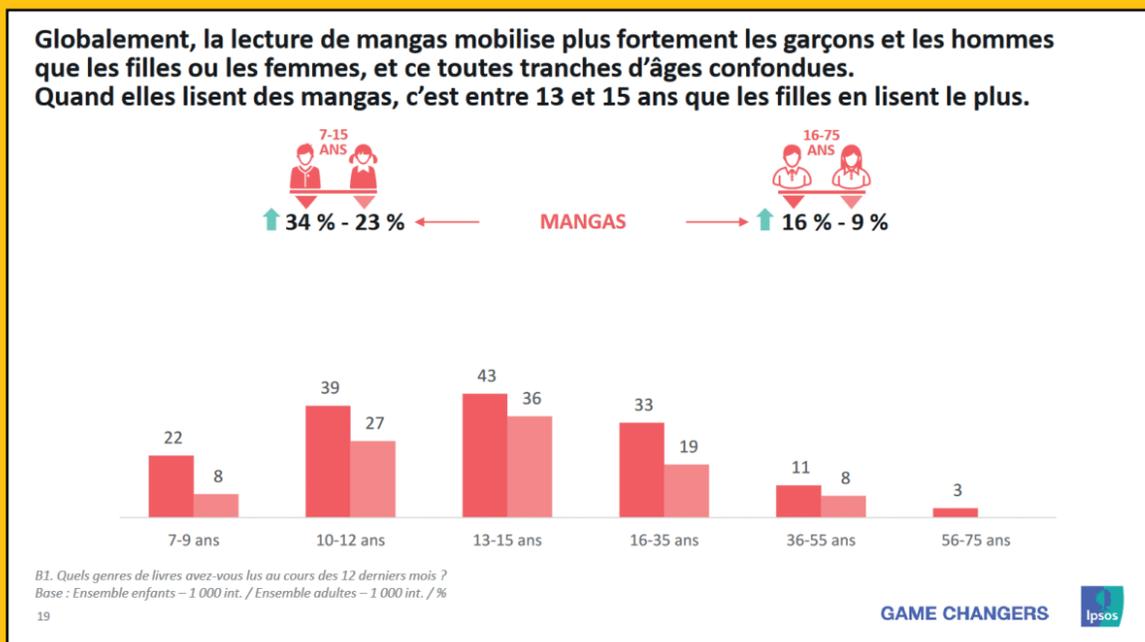


Figure 4 : lecture de mangas selon l'âge et le sexe

# Le supokon et les sports

Cette partie va vraiment s'intéresser à l'influence que peuvent avoir les *supokon* sur la pratique sportive. Elle va souvent se baser sur la sous-population des lecteurs de *supokon* sur leur pratique. Lorsque ce sera le cas, les effectifs de chaque échantillon seront parfois assez bas.

De même, c'est pour les basketteurs, les premiers à être interrogés, que la question sur les animes a posé problème, puisque 42,9% des basketteurs n'ont pas répondu à cette question. C'est pourquoi ces données ne seront pas analysées ici. Cette question sera en revanche traitée pour les deux autres sports.

## Supokon et basketball

22,9% des basketteurs lisent des *supokon* sur leur pratique, soit 66,7% des basketteurs lecteurs de *supokon*. C'est donc 33,3% des lecteurs de *supokon* qui lisent des mangas basés sur un autre sport.

moyen de découverte le plus cité est les médias, par 8,8% des basketteurs. L'école est le troisième moyen de découverte (5,9%). Parmi les basketteurs interrogés, aucun dit avoir découvert ce sport grâce à un *\*supokon*. En effet, ce sont 91,7% d'entre eux qui ont découvert les *supokon* après avoir commencé leur sport. Parmi les 8,3% qui ont découvert les *supokon* avant

À 91,2%, la grande majorité des basketteurs disent avoir découvert ce sport par l'un de leurs proches<sup>180</sup>. Le deuxième

de pratiquer le basketball, on n'en trouve aucun qui ait été influencé par eux dans le choix de la pratique sportive. Cependant, 14,3% des basketteurs lisant des *supokon* sur leur sport disent que si cette lecture n'a pas été à l'origine de leur décision, c'est cette lecture qui a achevé de les convaincre.



Un *supokon* se démarque particulièrement chez les basketteurs. Le nom de *Kuroko's basket* revient dans toutes les réponses des lecteurs de *supokon* sur leur pratique. Deux autres mangas de sport suivent, cités chacun par 14,3% d'entre eux : *Slam Dunk* et *Dream Team*. On note donc une faible diversité des titres lus.

*Kuroko's basket*, écrit et dessiné par Fujimaki Tadatoshi, est prépublié dans le *Weekly Shōnen Jump* entre décembre 2008 et septembre 2014. Le manga arrive en France en janvier 2012 grâce à l'éditeur Kazé<sup>181</sup>, et est publié jusqu'en 2016. L'anime suit rapidement l'arrivée de la série en France puisque la première saison est diffusée d'avril à septembre 2012. La deuxième saison sort d'octobre 2013 à mars 2014, et la troisième et dernière, de janvier à juillet 2015. *Kuroko's basket* est retransmis par les chaînes *J-One*, puis *Game One*, et *L'Équipe 21*. Il est également proposé sur des plateformes de streaming telles que *Anime Digital Network* et *Crunchyroll*, sur lesquelles la série obtient les notes de 4,9/5 et 4,8/5 respectivement, dont la dernière sur plus de 10 000 notes. Ce *supokon* est encore disponible aujourd'hui sur ces plateformes connues et bien utilisées par la communauté manga, ce qui peut expliquer que même si l'œuvre est terminée depuis quelques années, elle soit toujours pertinente. Un autre point qui justifie son succès même parmi les plus jeunes sportifs

est que l'anime fut disponible un an sur *Netflix* à partir de mai 2019. Disponible pendant le confinement sur l'une des plus grandes plateformes de streaming, ce ne serait pas étonnant que *Kuroko's basket* ait réussi à fédérer de nouveaux fans.

Il y a plusieurs années, c'était pourtant *Slam Dunk*, de Inoue Takehiko, qui représentait les *supokon* basketteurs. Lors de sa publication au Japon, il avait d'ailleurs été admis par la fédération japonaise de basketball que ce *supokon* avait exercé une influence positive sur le nombre de licenciés<sup>182</sup>. En revanche, le dernier tome de la première édition de *Slam Dunk* est publié en 1996 (2004 en France), ce qui fait que pour les classes d'âge interrogées (nées entre 2001 et 2011), il s'agit d'un « vieux » manga. Les époques de création différentes font que le style de dessin ou de narration présentés par *Slam Dunk* peuvent paraître « datés » pour un jeune lecteur. *Slam Dunk* reste malgré tout un pilier dans l'industrie du manga. Avec plus de 170 millions d'exemplaires vendus dans le monde<sup>183</sup>, il s'agit d'une des séries de mangas, et même d'une des bandes dessinées les plus vendues. Et l'œuvre n'est toujours pas obsolète. Peu de temps après la passation de mon questionnaire, un nouveau film, *The First Slam Dunk*, est sorti et a rapporté plus de 258 millions de dollars au box-office mondial<sup>184</sup>. En outre, de nouvelles éditions continuent à sortir. De 2019 à 2021 sort par exemple la *Star édition*, édition double de *Slam Dunk*, terminée en 20 tomes. À présent, c'est l'édition *Deluxe* que *Kana* s'appête à sortir en 2024. Même si sa popularité n'est plus celle d'hier, ce *supokon* est toujours dans la course, et n'est pas encore prêt à tomber dans l'oubli.



Nous avons ainsi vu qu'une œuvre était lue par 100% des basketteurs lecteurs de *supokon* sur leur pratique. Si ceux-ci n'ont majoritairement pas découvert leur sport par cette œuvre, sa lecture joue-t-elle tout de même sur leur pratique ?

La vision du sport est effectivement assez différente en ce qui concerne les deux sous-populations : 87,5% des lecteurs de *supokon* sur leur pratique jugent leur pratique indispensable, soit une différence de 26% avec leurs camarades non-lecteurs de *supokon* sur le basketball. La lecture de *supokon* sur leur pratique semble exercer une influence positive sur la vision que les basketteurs ont de leur sport. Cette influence se retrouve également sur la fréquence de pratique. C'est en effet la moitié des lecteurs de mangas sur le basketball qui pratiquent plus de trois fois

par semaine, contre le tiers chez les non-lecteurs.

Au demeurant, 71,4% des lecteurs de *supokon* sur le basketball considèrent que leur lecture a exercé une influence, de quelque forme soit-elle, sur leur pratique, soit presque les trois-quarts de la sous-population. Si l'on regarde dans le détail les types d'influence, on se rend compte que la plus grosse part des influencés (42,9% des basketteurs lecteurs de *supokon* sur leur pratique) disent que, même s'ils fournissaient déjà des efforts, cette lecture leur permet de soutenir leur pratique. Enfin, de même que 14,3% affirment que cette lecture a achevé de les convaincre de commencer le basketball, 14,3% avouent faire plus d'efforts dans leur sport depuis celle-ci.

## Supokon et football

### Supokon sur le football

Chez les footballeurs, 22,2% lisent des *supokon* sur leur pratique. Cela représente 83,3%, soit plus des trois-quarts, des footballeurs lecteurs de *supokon*.

À l'instar du basketball, aucun footballeur n'a découvert le football grâce à un *\*supokon*. On retrouve en effet dans la sous-population des footballeurs la même tendance de découverte du sport que sur la population globale de nos sportifs : le plus important facteur de découverte du sport se trouve être les proches, cités par 86,7% des footballeurs. Il est suivi par

l'école (26,7% des joueurs). Arrive ensuite les médias, acteur de découverte du sport pour 13,3% des footballeurs.

Mais même si aucun footballeur n'a découvert son sport à travers un *supokon*, un tiers des joueurs (33,3%) ont découvert les mangas de sport, et commencé à en lire, avant de pratiquer le football. Ainsi, même si les *supokon* ne sont pas des outils de découverte du football, ils ont achevé de convaincre 10% de leurs lecteurs de pratiquer ce sport.



En analysant les différentes œuvres lues par les footballeurs lecteurs de *supokon* sur leur pratique, on remarque que leur lecture est assez diversifiée. En effet, quatre titres sont cités : *Ao Ashi* (par 30% des footballeurs lecteurs de *supokon* sur leur pratique), *Blue Lock* (60%), *Captain Tsubasa* (60%), *Inazuma Eleven*<sup>185</sup> (70%). Malgré un écart de popularité entre *Ao Ashi* et les autres séries, trois des quatre œuvres sont lues par au moins 60% des lecteurs de *supokon* sur le football. En outre, même le plus bas des pourcentages (30%) correspond presque à un tiers de la sous-population.

L'œuvre citée par le moins de joueurs est *Ao Ashi*. Ce manga, écrit et dessiné par Kobayashi Yûgo, débute sa prépublication dans le magazine japonais *Big Comic Spirits* à partir de janvier 2015. La série arrive en France le 26 mai 2021 grâce à l'éditeur *Mangetsu*. Si celle-ci est moins citée par les footballeurs, c'est parce qu'elle connaît un succès moindre comparé à ses trois concurrents.

En effet, *Ao Ashi* fait face à trois gros adversaires. Le manga *Captain Tsubasa* de Takahashi Yôichi est le plus vieux. Il est prépublié dans le magazine hebdomadaire *Weekly Shônen Jump* entre avril 1981 et mai 1988. Le manga est d'abord publié en France par *J'ai lu* entre août 1999 et septembre 2002 avant d'être réédité par *Glénat* de mai 2010 à mars 2017. L'œuvre fait ses premiers pas en France via son adaptation animée, *Olive & Tom*, qui fut un des plus gros succès des années quatre-vingt-dix<sup>186</sup>. D'abord diffusée par *La Cinq* dans l'émission *Youpi ! L'école est finie*, c'est sa rediffusion dans le *Club Dorothée* à partir d'avril 1991 qui va propulser la série au sommet. En 2022, une nouvelle série animée de *Captain Tsubasa*

voit le jour. Elle reprend l'histoire de la série originelle, mais la modernise. Ainsi, même après toutes ces années, elle est loin d'être tombée dans l'oubli. Cependant, malgré un tel succès, l'œuvre n'est pas la plus lue par les footballeurs lecteurs de *supokon* sur leur pratique.

Le *supokon* sur le football le plus populaire est, dans ma sous-population, *Inazuma Eleven*. Les premiers chapitres du manga sont prépubliés au Japon dans *Corocoro Comics* entre juin 2008 et octobre 2011. Le premier volume de l'œuvre, adaptée et dessinée par Yabuno Tenya, est publié en France par *Kurokawa* en avril 2011. Plus récente que *Captain Tsubasa*, la série animée *Inazuma Eleven* date de 2008. Toujours disponible sur les plateformes de streaming de *TF1* et *Netflix*, elle continue à captiver les foules.

*Blue Lock*, cité par autant de personnes que *Captain Tsubasa*, est la plus récente des œuvres mentionnées par les joueurs lecteurs de *supokon* sur le football. En effet, sa prépublication commence en août 2018 dans le magazine japonais *Weekly Shônen Magazine*. Le premier tome arrive en France encore plus récemment, en juin 2021, et est édité par *Pika Édition*. L'engouement que le manga suscite dès sa sortie fut renforcé par la sortie de l'anime en octobre 2022<sup>187</sup>, et explose encore plus lors de la Coupe du monde de football cette même année<sup>188</sup>, lorsque le Japon réussit à atteindre les huitièmes de final en finissant premier de son groupe<sup>189</sup>. La série, écrite par Kaneshiro Muneyuki et dessinée par Nomura Yusuke, semble prête à se faire une place parmi les mascottes du *supokon* de football.



Les quatre *supokon* que je viens de présenter constituent la lecture des footballeurs lecteurs de *supokon* sur leur pratique et témoignent d'une diversité certaine. Une question mérite tout de même d'être posée : plusieurs joueurs lisent-ils chacun une œuvre différente, ou bien chaque joueur en lit-il plusieurs ? En réalité, plus des deux tiers (70%) des footballeurs lecteurs de *supokon* sur leur pratique lisent au moins deux séries tandis que moins d'un tiers des joueurs n'en lisent qu'une (respectivement des lecteurs d'*Inazuma Eleven* et d'*Ao Ashi*). On peut donc en déduire que la grande majorité des footballeurs diversifient les *supokon* sur le football qu'ils lisent.

La multiplication des lectures induit-elle une influence plus grande sur la pratique ? En vérité, la fréquence de pratique ne permet pas de voir une différence entre les joueurs lambda et ceux lecteurs de *supokon* sur le football. En effet, les pourcentages sont quasiment semblables, avec une variation de 1,4%. En revanche, et contrairement au basketball, la lecture de *supokon* ne semble pas non plus avoir d'influence notable sur la vision du sport. On observe en effet seulement 2,9% de plus de lecteurs de *supokon* sur leur pratique qui voient le football comme une activité indispensable. Quant aux options « activité importante » et « divertissement sympathique », si le premier est favorisé par les joueurs lambda, les deux pourcentages sont égaux chez les lecteurs de mangas sur leur pratique. Ainsi, si plus de lecteurs de *supokon* sur le football considèrent leur sport comme un divertissement sympathique, ils sont également plus nombreux à le voir comme une activité indispensable. Il est donc difficile d'affirmer une influence positive ou négative de la lecture de mangas de sport en se basant sur ces données.

Si l'on s'attarde en revanche sur le ressenti des lecteurs de *supokon* sur le football, on remarque que la lecture exerce une certaine influence. C'est ainsi la moitié des footballeurs lecteurs de *supokon* sur leur pratique qui considèrent que cette lecture entraîne des répercussions qu'elles soient. 30% d'entre eux disent que la lecture de *supokon* leur permet de soutenir les efforts qu'ils font déjà, tandis que 10% avouent que cette lecture les a incités à en faire davantage. Enfin, il faut y ajouter les 10%, cités plus haut, que la lecture de *supokon* a achevé de convaincre de pratiquer ce sport.

## Animes de sport

Il existe plusieurs relations entre le fait de regarder des animes de sport et de lire des *supokon*. Celles-ci sont le plus souvent marquées par le pourcentage d'écart maximal (PEM), représenté par les cases grises dans le tableau 18, page suivante. La première marque le fait que la plupart des lecteurs de manga regardent aussi des animes de sport, et est symétrique du fait que les non-lecteurs de manga sont aussi majoritaires à ne pas regarder d'animes de sport. La deuxième montre clairement que les lecteurs de *supokon* sont portés à regarder des animes sportifs, comme on peut le voir avec trois pourcentages élevés : 83,3%, 100% et 80%. La troisième insiste sur la tendance des lecteurs de *supokon* à regarder des animes sportifs. Le pourcentage de lecteurs de *supokon* sur leur pratique qui regardent des animes de sport est semblable à celui des lecteurs de *supokon* en général, puisqu'au sein de cette sous-population, ce sont les lecteurs de *supokon* sur le football qui sont majoritaires (83,3%<sup>190</sup>).

Le tableau suivant permet de facilement visualiser ces différentes relations :

	Regarde des animes de sport	Ne regarde pas d'animes de sport	Total
<b>Non-lecteurs de mangas</b>	30	70	100
<b>Lecteurs de mangas</b>	78,6	21,4	100
<b>Lecteurs de mangas non-lecteurs de supokon<sup>191</sup></b>	50	50	100
<b>Lecteurs de supokon</b>	83,3	16,7	100
<b>Lecteurs de supokon non-lecteurs sur leur pratique</b>	100 (effectif de 2)	0	100
<b>Lecteurs de supokon sur leur pratique</b>	80	20	100
<b>Total</b>	45,5	54,5	100

Tableau 18 : consommation d'animes de sport selon la lecture, sous-population des footballeurs = 45, les Khi2 sont respectivement de 7,21 ; 0,013 et 0 en suivant le tableau de haut en bas, taux total de non-réponse = 2,2% sur la première partie.

## Supokon et volleyball

### Supokon sur le volleyball

Un total de 89,7% des volleyeurs lecteurs de *supokon* en lisent sur leur pratique. Sur la population totale de volleyeurs, cela représente 47,3% des individus. On observe ainsi chez les volleyeurs la même proportion (47,3% contre 47,2%) de lecteurs de *supokon* sur le volleyball que de non-lecteurs de *supokon* (lecteurs de mangas ou non). On peut donc conclure

que les volleyeurs ont un fort lien avec la lecture de *supokon* dédiés à leur pratique.

De manière très large, les volleyeurs semblent avoir un lien particulier avec les mangas et animes de sport, d'autant plus qu'il s'agit du seul de mes trois sports que certains joueurs ont découvert à travers un *\*supokon*. En effet, le premier contact avec le volleyball de 29,1% des volleyeurs s'est fait soit par un anime, soit par un manga. Les *\*supokon* sont donc des facteurs de

découverte du volleyball plus importants que les médias (23,6% des volleyeurs) ou l'école (27,3%), mais moins que les proches (cités par 49,1% des volleyeurs), qui restent le premier facteur de découverte.

83,3% des volleyeurs lecteurs de *supokon* les ont découverts avant de pratiquer leur sport. Ceci a permis aux mangas de sport sur le volleyball d'activement participer à la découverte de celui-ci. Par conséquent, ce sont 69,2% des volleyeurs lecteurs de *supokon* sur leur pratique qui disent avoir été influencés par leur lecture dans leur décision de commencer le volleyball. Parmi ces 69,2%, la moitié ont envisagé de commencer ce sport suite à leur lecture, tandis que cette dernière a achevé de convaincre l'autre moitié.

J'aimerais m'attarder sur un dernier point concernant la découverte du volleyball par les *\*supokon*. Si l'on détaille les réponses rassemblées dans l'option « *\*Supokon* », une donnée importante ressort. Si 7,3% des volleyeurs disent seulement avoir découvert leur sport via un anime (1,8%) ou un manga (5,5%), sans préciser lequel<sup>192</sup>, il y en a tout de même 21,8% (soit 34,6% des lecteurs de *supokon* sur le volleyball) qui ont de leur plein gré, alors même que ma question ne demandait pas autant de précision, précisé le titre du *supokon*. Un seul titre revient : *Haikyû !!*. Cela signifie que cette œuvre était suffisamment importante pour que les interviewés précisent de leur plein gré son titre. Il y a tout de même un point qui me dérange, et auquel je n'avais pas pensé jusqu'à l'analyse des données. Les réponses à cette question ne me permettent pas de savoir sous quel format *Haikyû !!* a été un acteur de découverte. En effet, les joueurs ayant répondu *Haikyû !!* n'ont pas précisé « le manga », ou « l'anime ». Ainsi,

les réponses « *Haikyû !!* » pourraient autant toutes renvoyer à l'anime qu'au manga, sujet principal de mon étude.



Une autre preuve de l'importance d'*Haikyû !!* pour la communauté des volleyeurs lecteurs de *supokon* sur leur pratique se trouve dans l'analyse des *supokon* sur le volleyball lus. Comme pour le basketball, une œuvre ressort : le seul *supokon* de mon étude à avoir été cité comme « acteur de découverte du sport », *Haikyû !!*. Ce manga est cité par tous les lecteurs de mangas de sport sur le volleyball.

*Haikyû !!* est un manga écrit et dessiné par Furudate Haruichi. Il est prépublié dans le magazine japonais *Weekly Shônen Jump* dès février 2012, et arrive en France en janvier 2014, grâce à l'éditeur Kazé. Le dernier tome de la série sort en version française en juin 2022. Cette œuvre a droit à son adaptation animée depuis avril 2014, que l'on peut retrouver sur des plateformes de streaming telles que *Wakanim* et *Crunchyroll*. En novembre 2020, le manga atteint un tirage de 50 millions d'exemplaires dans le monde<sup>193</sup>. *Haikyû !!* représente les *supokon* sur le volleyball, mais pourquoi ? Est-il le seul à exister, ou bien supplante-t-il simplement les autres ?

En réalité, il existe en France d'autres mangas traitant de volleyball. Nous pouvons par exemple citer la série en huit tomes *I fell in love after school* de Mitsui Haruka. Ce *shôjo* est publié en France par *Pika Édition* entre février 2021 et avril 2022. En revanche, si l'histoire se concentre bien sur un club de volleyball, ses membres et leur pratique, la romance entre le champion de l'équipe et la manager est également très présente.

Une autre œuvre que l'on ne peut pas oublier est *Attacker You!*, très connue en France grâce à sa série animée *Jeanne et Serge*, grand succès des années quatre-vingt et quatre-vingt-dix. Cependant, si la série animée fut une importante réussite, le manga, prépublié au Japon dans *Nakayoshi* entre 1984 et 1985, n'a eu droit à une traduction française qu'en 2020, chez l'éditeur *Black Box*. On comprend facilement que la jeune génération n'a jamais été la cible de la version papier, publication jouant sur la nostalgie.



J'ai précédemment montré que la majorité des sportifs considéraient leur sport comme une « activité indispensable ». En analysant selon le sport pratiqué, on retrouve cette tendance chez les basketteurs et les footballeurs. Chez les volleyeurs, en revanche, la moitié des joueurs voient leur sport comme une « activité importante », et seuls 28,8% la considèrent « indispensable ». Parmi les non-lecteurs de *supokon* sur le volleyball, ce sont 51,9% qui ont choisi l'option « activité importante », contre 22,2% « activité indispensable ». On retrouve toujours cette tendance chez les lecteurs de *supokon* sur le volleyball, mais avec des pourcentages quelque peu différents. Si 48% des volleyeurs lecteurs de manga sur leur pratique voient celle-ci comme « importante », soit une proportion semblable aux non-lecteurs, c'est à présent 36% qui la considèrent comme une « activité indispensable », soit 13,8% de plus que chez les non-lecteurs. Ainsi, une proportion plus grande des lecteurs de *supokon* sur le volleyball donne une importance supérieure à leur pratique. L'influence de la lecture d'un *supokon* sur le volleyball se repère également sur la fréquence de pratique.

65,6% des non-lecteurs pratiquent moins de trois fois par semaine, contre 56% des lecteurs. Par conséquent, une plus grande part des volleyeurs lecteurs de mangas sur leur sport pratiquent au moins trois fois par semaine (44%, contre 34,4% des non-lecteurs).

Au total, 84,6% des volleyeurs lecteurs de *supokon* sur leur pratique déclarent que leur lecture a eu une influence quelconque sur leur pratique, contre seulement 15,4% qui déclarent n'avoir observé aucune influence. En s'intéressant au type d'influence exercée par la lecture de *supokon* sur le volleyball, on se rend compte que 15,4% disent que cette lecture leur permet de continuer à fournir des efforts. En revanche, c'est plus de la moitié des volleyeurs lecteurs de *supokon* sur leur sport (69,2%) qui avouent que cette lecture a eu une influence dans leur décision de faire du volleyball. En effet, 34,6% disent avoir été convaincus par cette lecture, bien qu'ils pensaient déjà à la possibilité de faire ce sport. Ce sont également 34,6% qui confirment que c'est cette lecture qui les a fait envisager de commencer le volleyball.

### Animes de sport

Sur la totalité des volleyeurs interrogés, 18,2% n'ont pas répondu à la question « Regardez-vous des animes de sport ? ». En effet, cette question n'est devenue obligatoire qu'après avoir interrogé la première équipe de volleyball. Si l'on enlève ces non-réponses, 66,7% regardent des animes de sport. Néanmoins, si on les laisse, ce sont tout de même 54,5% qui en regardent, soit plus de la moitié. Je rappelle également que seuls les lecteurs de *supokon* ne devaient pas répondre à cette

question, ce qui explique le taux élevé de non-réponse des lecteurs de *supokon* dans le tableau 19.

Comme pour les footballeurs, le tableau suivant permet de présenter la relation que les volleyeurs ont avec les animes de sport :

	Regarde des animes de sport	Ne regarde pas d'animes de sport	Total
<b>Non-lecteurs de mangas</b>	21,4	78,6	100
<b>Lecteurs de mangas</b>	87,1	12,9	100
<b>Lecteurs de mangas non-lecteurs de supokon</b>	66,7	33,3	100
<b>Lecteurs de supokon</b>	95,5	4,5	100
<b>Lecteurs de supokon non-lecteurs sur leur pratique</b>	66,7	33,3	100
<b>Lecteurs de supokon sur leur pratique</b>	100 (effectif de 18)	0	100
<b>Total</b>	66,7	33,3	100

Tableau 19 : consommation d'animes de sport selon la lecture, sous-population des volleyeurs = 55, les Khi2 sont respectivement de 15,5 ; 2,18 et 0,26 en suivant le tableau de haut en bas, taux total de non-réponse = 18,2% ; 22,5% et 27,6% en suivant le tableau de haut en bas.

À l'instar des footballeurs, plusieurs observations peuvent être faites, pour la plupart soulignées par le PEM. On remarque tout d'abord que les volleyeurs lecteurs de mangas sont de grands consommateurs d'animes de sport (87,1% d'entre eux en regardent) tandis que les non-lecteurs sont composés majoritairement d'individus qui n'en regardent pas (78,6%). Ce tableau fait également ressortir le fait que les lecteurs de *supokon*, et plus particulièrement ceux qui en lisent sur le volleyball, possèdent la plus grande proportion de consommateurs d'animes de sport (respectivement 95,5% et 100%). Encore une fois, le lien entre le pourcentage des lecteurs de *supokon* en général et celui des lecteurs de *supokon* sur leur pratique est très fort puisque ces

derniers constituent 89,7% du premier<sup>194</sup>. Les tendances de l'un se reflètent donc au sein de l'autre. Il existe cependant un autre lien entre deux pourcentages. Nous avons vu que les lecteurs de *supokon* sur leur pratique représentaient 47,3% des volleyeurs interrogés. Puisque 100% des lecteurs de *supokon* sur le volleyball sont des consommateurs d'animes de sport<sup>195</sup>, nous pouvons donc en déduire que la totalité de ces 47,3% regardent des animes de sport. Il est donc logique qu'un grand pourcentage de volleyeurs (66,7%) soit des consommateurs de ce produit culturel, d'autant plus que deux-tiers (66,7%) des lecteurs de mangas non-lecteurs de *supokon* regardent malgré tout des animes de sport.

## Face à face : basketball, football, volleyball

Nous avons analysé la place que prenait les *supokon* sur la pratique au sein des trois sports étudiés. En comparant le basketball, le football et le volleyball, on se rend compte qu'une bien plus grande proportion de joueurs de ce dernier lit des *supokon* sur son sport. Le tableau suivant permet de facilement visualiser ce fait :

	Pourcentage de lecteurs de <i>supokon</i> sur leur pratique	
	Sur la population interrogée	Sur les lecteurs de <i>supokon</i> (N = 54)
<b>Basketball</b>	22,9	66,7
<b>Football</b>	22,2	83,3
<b>Volleyball</b>	47,3	89,7

Tableau 20 : lecteurs de *supokon* selon le sport pratiqué,,  $\text{Khi}2 = 9,69$  et  $1,84$  en suivant le tableau de gauche à droite , taux de non-réponse = 1,9% sur la deuxième colonne<sup>196</sup>.

Quasiment la moitié des volleyeurs (47,3%) lisent des *supokon* sur leur pratique. Ce pourcentage est donc largement supérieur à celui des basketteurs et footballeurs, dont les lecteurs de *supokon* sur leur sport représentent moins du quart des joueurs.

Le volleyball se démarque ainsi des deux autres sports. Et il continue de le faire lorsqu'on analyse quels sont les acteurs de découverte des sports. Si le plus gros facteur de découverte du sport tient, dans tous les sports, au rôle des proches, le volleyball est le seul que les *\*supokon* ont parfois permis de découvrir (pour 29,1% des volleyeurs).

	Basket	Foot	Volley
<b>École</b>	5,9	26,7	27,3
<b>Médias et réseaux sociaux</b>	8,8	13,3	23,6
<b>Proches</b>	91,2	86,7	49,1
<b>*Supokon</b>	/	/	29,1
<b>Autres</b>	2,9	/	/
<b>Total</b>	108,8	126,7	129,1

Tableau 21 : acteurs de découverte du sport selon le sport pratiqué, plusieurs réponses possibles : pourcentages sur la base des répondants (total des résultats supérieur à 100),  $\text{Khi}2 = 28,3$ , taux de non-réponses = 2,9% chez les basketteurs.

Si les *\*supokon* sur le volleyball ont participé à la découverte de ce sport, c'est aussi parce que 83,3% des volleyeurs ont commencé à lire des *supokon* avant de pratiquer, là où les basketteurs et footballeurs (respectivement 91,7% et 66,7%) ont débuté leur lecture après leur pratique.

Une des conséquences directes est donc le fait que les mangas de sport sur le volleyball ont eu une plus grande possibilité d'influencer les individus dans le choix de leur pratique sportive. C'est en effet 69,2% des volleyeurs lecteurs de *supokon* qui disent avoir été influencés par leur lecture dans leur décision de faire du volleyball. Ce pourcentage baisse à 14,3% chez les basketteurs, et 10% chez les footballeurs. Il faut également préciser qu'il n'y a que chez les volleyeurs que la lecture de *supokon* sur ce sport a fait envisager aux individus de commencer cette pratique. Chez les basketteurs et les footballeurs, la lecture a seulement servi à confirmer la décision de pratiquer cette discipline sportive.



Je peux à présent proprement m'attarder sur les pratiques de lecture des lecteurs de *supokon* sur leur pratique. En analysant les œuvres lues, une pratique de lecture distingue les footballeurs des basketteurs et volleyeurs : les footballeurs semblent avoir une lecture beaucoup plus diversifiée. On remarque en effet que ceux-ci citent davantage de *supokon* différents sur le football, là où un seul titre ressort pour le basketball et le volleyball.

Les footballeurs citent un total de quatre œuvres différentes, dont la moins lue par les lecteurs de *supokon* sur leur pratique

(*Ao Ashi*) reste lue par 30% d'entre eux. De plus, 70% d'entre eux lisent au moins deux *supokon* différents sur le football. Dans les deux autres sports, deux titres sont présents, mais à des fréquences bien différentes : l'un d'eux n'est cité que par un des lecteurs de *supokon* sur leur pratique, contre 100% pour l'autre. Ainsi, si la lecture des footballeurs est surtout centrée sur *Blue Lock*, *Captain Tsubasa* et *Inazuma Eleven*, c'est *Kuroko's basket* qui prend la tête chez les basketteurs, et *Haikyû !!* chez les volleyeurs.

Cela montre que si moins de footballeurs lisent des *supokon* sur le football, leur lecture est en revanche plus diversifiée. Il est légitime de se demander quelle en est la raison. Dans le numéro 23 des *Cahiers de la BD*, Pierrick Desfontaine renvoie à l'étude de Sébastien Laffage-Cosnier et Rie Inaba, selon laquelle les mangas sur le football dominant les *supokon* proposés aux français<sup>197</sup>. La raison du succès d'un *supokon* par rapport à d'autres n'étant pas le centre de mon étude, je ne m'attarderai pas davantage dessus.



Grâce aux données récupérées, il est possible d'analyser si la vision du sport et la fréquence de pratique sont influencées par la lecture de *supokon* sur son sport. Le tableau 22 page suivante permet de comparer ces différentes relations.

		Moins de 3 fois par semaine	3 fois par semaine	Plus de 3 fois par semaine	Total
Basketball	Non-lecteurs de <i>supokon</i> sur leur sport	0	66,7	33,3	100
	Lecteurs de <i>supokon</i> sur leur pratique	0	50	50	100
Football	Non-lecteurs de <i>supokon</i> sur leur sport	0	31,4	68,6	100
	Lecteurs de <i>supokon</i> sur leur pratique	0	30	70	100
Volleyball	Non-lecteurs de <i>supokon</i> sur leur sport	65,6	17,2	17,2	100
	Lecteurs de <i>supokon</i> sur leur pratique	56	36	8	100

Tableau 22 : fréquence de pratique selon le sport pratiqué et la lecture de *supokon* sur son sport,  $\text{Khi}^2 = 48$  (sous-population des non-lecteurs de *supokon* sur leur sport = 91) et 12,2 (sous-population des lecteurs de *supokon* sur leur pratique = 54), taux total de non-réponses = 2,3% pour la sous-population des lecteurs de *supokon* sur leur pratique.

La fréquence de pratique est plus importante pour les lecteurs de *supokon*. Chez les basketteurs, même si une plus petite part des lecteurs de *supokon* sur leur sport pratiquent trois fois par semaine, ils sont 16,7% de plus à pratiquer plus de trois fois par semaine, donc à la fréquence la plus élevée. Cette influence s'observe également chez les volleyeurs, dont la majorité pratique moins de trois fois par semaine. Pourtant, si 34,4% des non-lecteurs de *supokon* sur le volleyball jouent au moins trois fois par semaine, la proportion augmente jusqu'à 44% chez les lecteurs. Dans le football, la fréquence de pratique est quasiment la même pour tous les types de lecteurs.

Peut-on relier de la même manière la lecture de *supokon* et la façon dont les joueurs considèrent leur sport? C'est ce que présente le tableau suivant.



		Divertissement sympathique	Activité importante	Activité indispensable	Total
Basketball	Non-lecteurs de <i>supokon</i> sur leur sport	7,7	30,8	61,5	100
	Lecteurs de <i>supokon</i> sur leur pratique	0	12,5	87,5	100
Football	Non-lecteurs de <i>supokon</i> sur leur sport	2,9	20	77,1	100
	Lecteurs de <i>supokon</i> sur leur pratique	10	10	80	100
Volleyball	Non-lecteurs de <i>supokon</i> sur leur sport	25,9	51,9	22,2	100
	Lecteurs de <i>supokon</i> sur leur pratique	16	48	36	100

Tableau 23 : lecture de *supokon* par sport selon la vision du sport,  $\text{Khi}^2 = 18,4$  (sous-population des non-lecteurs de *supokon* sur leur sport = 91) et 7,27 (sous-population des lecteurs de *supokon* sur leur pratique = 54), taux total de non-réponses = 3,3% pour la sous-population des non-lecteurs de *supokon* sur leur sport et 2,3% pour la sous-population des lecteurs de *supokon* sur leur pratique.

On voit clairement ici que la vision que les sportifs ont de leur sport évolue en fonction de leurs lectures de *supokon* et du sport pratiqué. Ainsi, les basketteurs lecteurs de *supokon* sur leur pratique sont considérablement plus nombreux à trouver leur activité indispensable que l'échantillon des basketteurs non-lecteurs. Pour les footballeurs, il n'existe pas une telle différence et on peut donc penser que l'impact de la lecture de *supokon* est moindre sur leur vision d'un sport que la grande majorité considère comme indispensable. Enfin, pour les volleyeurs, on perçoit au contraire une majorité de sportifs considérant leur activité comme importante, mais pas indispensable. Cependant, parmi ceux, minoritaires,

qui jugent leur sport indispensable, il existe un écart significatif (9,9%) entre les lecteurs de *supokon* sur le volleyball et les non-lecteurs. Le faible pourcentage de volleyeurs considérant leur sport comme indispensable peut alors être mis en relation avec le fait que la majorité des volleyeurs<sup>198</sup> pratique depuis tout juste un an.

Dans les deux tableaux, on voit une influence de la lecture des *supokon* chez les basketteurs et les volleyeurs sur leur vision du sport et la fréquence de leur pratique, mais pas chez les footballeurs. La multiplication d'œuvre lues ne semble donc pas augmenter l'influence.



Parmi la totalité des lecteurs de *supokon* sur leur pratique, les trois quarts (74,5%) des sportifs ont observé une influence de leur lecture, dont 46,5% dans la décision. En regardant sur l'ensemble des sportifs lecteurs de *supokon* sur leur pratique, on remarque que l'influence de la lecture est

plutôt également répartie. La seule option peu choisie (4,7%) par les répondants est « Je fais plus d'efforts depuis cette lecture »<sup>199</sup>. Pour les trois autres types d'influence, les quatre pourcentages oscillent entre 20,9% et 25,6%, soit un écart maximal de 4,7%. En revanche, cette répartition est bien différente au sein de chacun des sports, comme le montre le tableau suivant :

	Basketball	Football	Volleyball
<b>Décidé</b>	0	0	34,6
<b>Déjà envie, mais convaincu</b>	14,3	10	34,6
<b>Fait plus d'efforts</b>	14,3	10	0
<b>Soutient la pratique</b>	42,8	30	15,4
<b>Ne joue pas</b>	28,6	50	15,4
<b>Total</b>	100	100	100

Tableau 24 : influence des *supokon* sur la pratique selon le sport pratiqué, sous-population des lecteurs de *supokon* sur leur pratique = 54,  $\text{Khi}^2 = 7,15$ , taux total de non-réponses = 2,3%.

Grâce à ce tableau, on observe facilement que les *supokon* exercent une influence très importante sur les volleyeurs, bien plus que chez les basketteurs ou footballeurs.

En effet, le volleyball est le sport avec le plus bas pourcentage de joueurs qui n'ont vu aucune influence suite à la lecture d'un *supokon* sur leur sport : 15,4% contre 28,6% pour le basketball et 50% pour le football. On observe ainsi un écart minimal de 13,2%. Davantage de volleyeurs considèrent donc avoir été influencés par les *supokon* lus sur leur pratique.

Ensuite, on remarque que l'influence des *supokon* lus ne s'exerce pas de la même façon selon les sports. Chez les basketteurs et les footballeurs, la lecture de *supokon*

sur sa pratique sert majoritairement de soutien : elle incite les joueurs à continuer leurs efforts. Pour les volleyeurs, la lecture joue à un tout autre niveau : elle agit comme déclencheur de la pratique. C'est parce qu'ils ont lus un *supokon* sur le volleyball que 69,2% des volleyeurs vont commencer ce sport, dont 34,6% qui n'avaient jamais auparavant penser à le pratiquer. On observe également une influence dans la décision de pratiquer chez 14,3% des basketteurs lecteurs de *supokon* sur leur pratique, et chez 10% des footballeurs. En revanche, dans ces deux sports, la lecture d'un manga sur ces pratiques a seulement servi à confirmer un choix déjà considéré.

Un tel pourcentage pour le volleyball peut en partie s'expliquer par le fait que la possibilité d'influencer lui ai été donnée.

Nous avons en effet vu que la plupart des volleyeurs lecteurs de *supokon* les ont découvert avant de pratiquer leur sport, là où on observe le contraire pour le basketball et le football. Si davantage de joueurs découvrent les *supokon*, et les *supokon* sur un sport précis, avant de pratiquer ce sport, il y a forcément plus de chance que cette lecture influe dans la décision de débiter cette pratique.

Les résultats confirment ainsi que les volleyeurs lecteurs de *supokon* sur leur pratique sont davantage influencés par leur lecture que les basketteurs ou footballeurs. Si une différence s'observe bien selon le sport pratiqué, on ne peut pas en dire autant pour le sexe. La variable du genre affecte moins les joueurs, puisque l'on trouve ici 76,9% d'hommes et 70,6% de femmes<sup>200</sup>. Le sexe du lecteur de *supokon* sur sa pratique ne semble donc pas être un facteur de consolidation de l'influence de la lecture.

En se basant sur cette analyse, le sport pratiqué semble être un facteur qui va approfondir l'influence d'une lecture de *supokon* sur la pratique.



Je ne m'attarderai pas sur les acteurs de découverte des *supokon* puisque dans tous les sports, la découverte des mangas de sport passe majoritairement par les proches, puis par les animes. On note tout de même que pour le volleyball, les deux pourcentages sont égaux (42,9%). Dans tous les sports, les membres du club ne jouent en revanche qu'un rôle moindre dans la découverte (3,8% de la sous-population des lecteurs de *supokon*). Ainsi, la découverte des mangas de sport n'est

que peu liée aux personnes du club elles-mêmes.

Le fait que le pourcentage de découverte des *supokon* par les animes est plus élevé chez les volleyeurs peut être mis en relation avec le fait que ceux-ci sont les plus grands consommateurs d'animes de sport. Puisqu'ils consomment davantage d'animes, ces derniers ont plus de chances de toucher et d'influencer un nombre important d'individus.



Avant de commencer à analyser les animes de sport, je tiens à rappeler que tous les basketteurs ne devaient pas répondre à la question « Regardez-vous des animes de sport ? ». Avec 42,9% de non-réponses, celle-ci n'a finalement pas été prise en compte pour le basketball. Je me concentre donc seulement sur la relation entre animes de sport et football et volleyball. Je me dois tout de même de préciser qu'une équipe de volleyeurs a tout de même subi ce problème de question. J'ai donc 18,2% de non-réponse dans ce sport. Je rappelle également que ceux qui n'ont pas répondu à cette question, car ça ne leur était pas demandé, sont tous des lecteurs de *supokon*.

En combinant footballeurs et volleyeurs, 56,2% regardent des animes de sport. Cependant, en détaillant selon le sport, les pourcentages diffèrent les uns des autres. Chez les footballeurs, 45,5% en regardent. Chez les volleyeurs, ce sont 66,7% d'entre eux qui en regardent. La proportion des lecteurs de *supokon* dans chacun de ces pourcentages est importante. On remarque en effet que la moitié des footballeurs qui regardent des animes de sport sont aussi

des lecteurs de *supokon*, et 70% pour le volleyball. Ainsi, même si 18,2% des joueurs de volleyball lecteurs de *supokon*, soit la population la plus portée à regarder des animes chez les volleyeurs, n'ont pas répondu à la question, la différence dans l'importance des lecteurs de *supokon* dans chaque pratique sportive reste tout de même flagrante.

Mis à part ce point, les dynamiques se ressemblent au sein de chaque pratique sportive<sup>201</sup> :

- Les lecteurs de mangas sont de grands consommateurs d'animes de sport, contrairement aux non-lecteurs.
- Les lecteurs de *supokon* possèdent la plus grosse proportion d'amateurs d'animes de sport.
- Les lecteurs de *supokon* sur leur pratique représentant la plus grosse part des lecteurs de *supokon*, ces deux pourcentages se reflètent l'un l'autre.
- Même parmi les lecteurs de mangas non-lecteurs de *supokon*, une part non-négligeable regarde des animes de sport (50% pour le football et 66,7% pour le volleyball).

Évidemment, les différents points mis en évidence ici sont à mettre en lien avec le fait que la population interrogée est une population sportive. Tous les individus font du sport et ont donc un lien particulier avec ce dernier. Ils sont donc plus à même de s'intéresser aux produits culturels qui lui sont associés. De même, un sportif qui s'intéresse aux produits culturels associés au sport, dont les animes, sera alors hypothétiquement plus porté à consommer également des *supokon*.



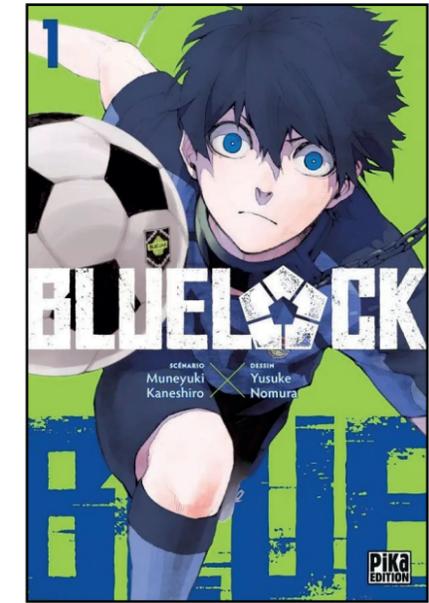
Au final, on voit que l'influence de la lecture de *supokon* n'est pas négligeable. Elle incite à débiter un sport, soutient la pratique, accroît la fréquence d'entraînement et agit sur la vision que les joueurs ont de leur sport. Certes, elle semble moins agir sur le football. Mais ce sport, très populaire et très médiatisé en France, dispose d'autres moyens d'attraction et de renforcement. Les fédérations moins importantes auraient donc un avantage certain à se saisir de la lecture de *supokon* non seulement comme moyen d'attractivité, mais surtout comme modalité de renforcement de l'importance de la pratique sportive. On le sait, les abandons ou les présences aléatoires aux entraînements sont encore trop présentes puisqu'on puisse faire l'économie d'un outil de renforcement. J'en ai moi-même fait l'expérience lors de mes passations de questionnaire, en témoigne le faible effectif de certaines équipes.



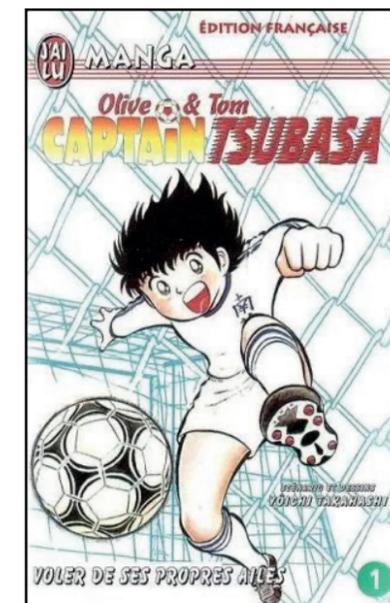
*Supokon sur leur sport lus par les footballeurs*



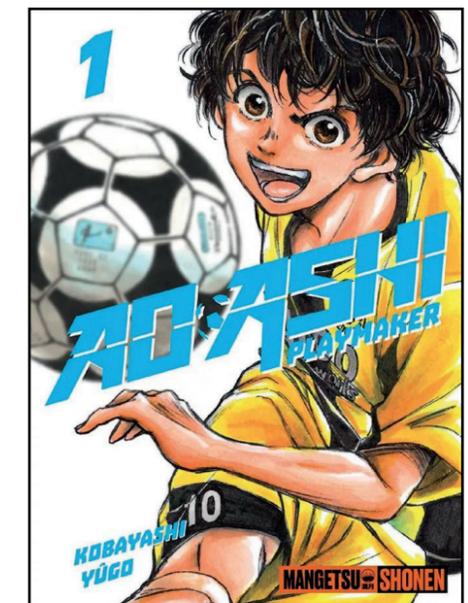
YABUNO, Tenya, *Inazuma Eleven*, Kurokawa, 2011-2013, 10 tomes.



KANESHIRO, Muneyuki (scénariste), et NOMURA, Yusuke (dessinateur), *Blue Lock*, Pika Édition, depuis 2021, 15 tomes, série en cours.

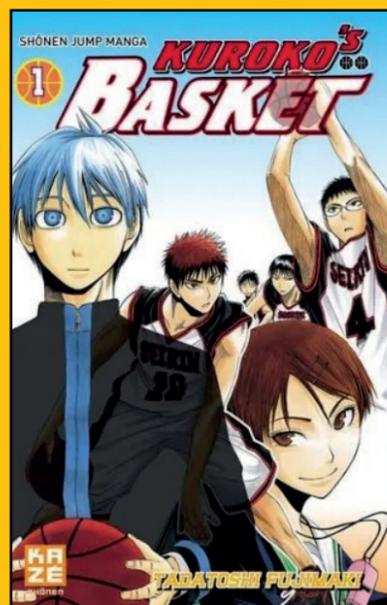


TAKAHASHI, Yoichi, *Captain Tsubasa*, J'ai Lu, 1999-2002, 37 tomes.

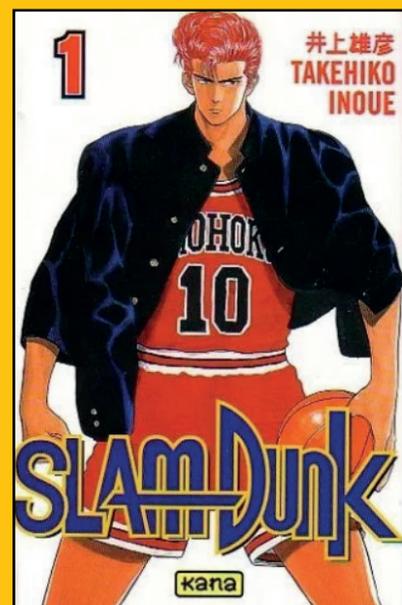


KOBAYASHI, Yûgo, *Ao Ashi*, Mangetsu, depuis 2021, 17 tomes, série en cours.

*Supokon sur leur sport lus par les basketteurs*



FUJIMAKI, Tadatoshi, Kuroko's basket, Kazé, 2012-2016, 30 tomes.

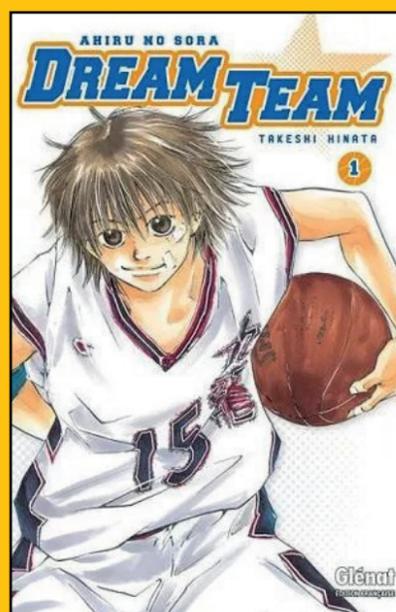


INOUE, Takehiko, Slam Dunk, Kana, 1999-2004, 31 tomes.

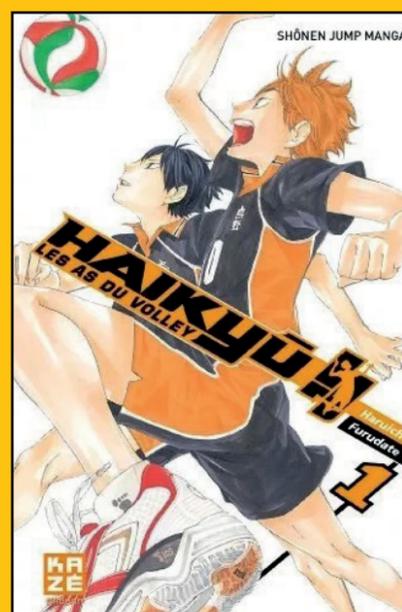
# Promotion entre sports et supokon

## Promotion des sports

*Supokon sur leur sport lu par les volleyeurs*



HINATA, Takeshi, Dream Team, Glénat, 2011-2019, 50 tomes (tomes double à partir du n°17).



FURUDATE, Haruichi, Haikyû !!, Kazé, 2014-2022, 45 tomes.

De nombreuses manières sont mises en place pour promouvoir un sport auprès du grand public. Les écoles font souvent intervenir des sportifs, ce qui permet aux élèves d'essayer un sport, et parfois même de le découvrir, comme ce fut le cas pour 21,6% des sportifs de mon échantillon. Ce n'est en revanche pas le moyen le plus efficace, ou le plus répandu, puisque la grande majorité de mes interrogés (72,4% des joueurs) ont découvert leur sport grâce à un de leurs proches. Une fois qu'un sport est découvert par une personne, et si elle l'apprécie, elle va en parler aux gens autour d'elle. Mais pour que ce phénomène opère, il faut qu'une première personne ait connaissance de ce sport, d'où l'importance d'une exposition répétée, notamment via les médias, omniprésents dans la société.

Les médias ont en effet tout d'un moyen parfait pour promouvoir un sport : publics et sous divers formats, ils touchent un public de masse large et varié. Plus un sport possède une couverture médiatique importante, plus le public y est exposé, et est donc susceptible d'y adhérer. C'est l'inverse qui se produit chez les sports non-médiatisés : personne n'en parle, donc personne ne les connaît, donc personne n'en parle.

C'est lorsque la médiatisation utilise le principe de *media mix* que l'efficacité atteint son apogée. Le *media mix* consiste à décliner un même sujet sur plusieurs supports différents. Ce principe sert à toucher une population plus étendue et plus diverse. J'ai évoqué ce processus

dans le cas des mangas (page 25) et des *supokon* (page 43), mais il est évidemment applicable à n'importe quel sujet ou produit, dont une discipline sportive. Comme le montre les paragraphes suivants, c'est une technique qui est effectivement utilisée pour promouvoir le sport, puisqu'on le retrouve mis en valeur dans différents médias, et sous différentes formes.

Puisque les médias sont avant tout des supports, il existe différentes façons de promouvoir un sport dans un média. On peut tout d'abord penser aux événements sportifs : pour des jeux Olympiques comme pour des compétitions nationales (coupes du monde, *meeting*...). Ces rencontres sont diffusées à la télévision, commentées à la radio, font l'objet d'articles de presse, suscitent des réactions sur les réseaux sociaux... Elles sont au cœur de la promotion des sports.

Les publicités de marques sportives peuvent également servir le sport. Celles-ci promeuvent certes leur marque, mais c'est parfois la pratique sportive qu'elles mettent en valeur. On peut par exemple citer la campagne publicitaire « Find your greatness » de Nike en 2012<sup>202</sup>. Chacun des spots publicitaires présente une activité sportive différente. Ainsi, de nombreuses disciplines sont valorisées : la course à pied, le baseball, la boxe, le basketball, la gymnastique, le water-polo... Un principe semblable est utilisé par *Décathlon* en 2021, dans sa campagne « Le sport rend le monde meilleur<sup>203</sup> ». Chaque courte vidéo présente un sport différent et est agrémentée de la phrase « Le sport rend *x*<sup>204</sup> meilleur », qui se transforme ensuite en « Le sport rend le monde meilleur ».

Il est également possible d'utiliser la notoriété d'un sportif emblème de sa discipline. En exposant le public à un nom et à un visage qu'il connaît, on l'expose également au sport que ce sportif représente. Les œuvres, documentaires audiovisuels ou livres, qui retracent la vie et les exploits d'une de ces idoles utilisent ce principe. Ces stars intéressent la population, et avec elles viennent les ventes et la promotion (d'elle-même comme de leur sport). Dans la même logique, les produits centrés sur un sport, une rencontre ou une équipe ont pour but d'informer et aussi, parfois indirectement, de promouvoir.

Enfin, on peut tirer profit de la fiction en créant un jeu ou une histoire sur une pratique sportive. Dans le cas des jeux vidéo, on peut citer la franchise *FIFA* pour le football, ou *NBA* pour le basketball. Il existe aussi des jeux abordant le hockey sur glace (*NHL*), les courses automobiles (*Gran Turismo*), le catch (*AEW Fight Forever*) ou encore le football américain (*Madden NFL*). On peut également trouver des jeux dans lesquels plusieurs sports différents sont proposés : *Jeux Olympiques Tokyo 2020 - Le jeu officiel*, *Mario et Sonic aux jeux Olympiques*, *Instant sports*, *Nintendo Switch sports*... Certains jeux sont même prévus pour faire faire du sport au joueur. On peut notamment citer les franchises *Just Dance*, *Fitness Boxing* ou *Ring fit adventure*... Ce dernier type de jeu, plus que de promouvoir une discipline spécifique, rend la pratique sportive plus attrayante en lui donnant des aspects ludiques. De la même manière, montrer au grand public le sport de manière romancée le rend plus engageante pour le plus grand nombre. En créant une histoire (film, roman, bande dessinée, audio) au sein de laquelle

le sport occupe une part importante, on participe ainsi à la mise en valeur de cette discipline, même si ce n'était pas forcément le but premier. Certaines des œuvres dont le sport est au centre de l'histoire sont : les films *Billy Elliot*<sup>205</sup> et *Le Grand Bain*<sup>206</sup>, la bande dessinée *Louca*<sup>207</sup>, le roman *Le Cœur du pélican*<sup>208</sup>, ou encore tous les *supokon*, sous leur forme papier ou animé. En revanche, certaines fictions ne vont pas seulement se contenter de montrer des exploits physiques, puisqu'elles vont aussi se concentrer sur les difficultés et le côté plus noir du sport, comme le fait le roman *Jeu blanc*<sup>209</sup> qui évoque le racisme dans le hockey sur glace dans le Canada des années soixante-dix. Ces œuvres vont bien exposer le public à une discipline mais ne lui présenteront pas la version édulcorée de celle-ci.

Les personnages fictifs, surtout ceux issus d'œuvres visuelles comme les jeux vidéo, les films ou la bande dessinée, peuvent ensuite devenir les ambassadeurs du sport qu'ils pratiquent dans leur histoire. Indépendamment de leur franchise, ils peuvent apparaître sur des documents ou publicités de promotion d'un sport ou de compétitions sportives (dans ce dernier cas, ces personnages servent à promouvoir un moyen de promouvoir un sport) au même titre que les sportifs les plus emblématiques.

C'est dans ce cas de figure que se trouvent les personnages de *supokon*.

## Promotion des sports par les *supokon*

L'usage des *supokon* dans la promotion de la pratique sportive ne semble pas être tant répandue, puisque seuls 30,4% des répondants ont déjà vu une publicité sportive utilisant un *supokon*, contre 69,6% non. Je tiens à préciser que tous les sportifs devaient répondre à cette question, lecteur de *supokon* ou non. Il faut donc garder en tête que les non-lecteurs de *supokon*, non exposés aux personnages, et parfois même non exposés aux mangas, ont pu ne pas s'arrêter sur ce type de publicité, ou ont tout simplement pu ne rien reconnaître. Ce fait est également à considérer lors de l'analyse des œuvres vues et citées :

certaines sportifs peuvent très bien ne pas connaître le titre de l'œuvre observée.

Plus de la moitié des sportifs qui ont vu des publicités utilisant des *supokon* (54,8%) ont repéré des mangas sur le football. C'est ensuite les *supokon* sur le basketball et le volleyball qui sont mis à l'honneur, à pourcentages égaux (25,8%)<sup>210</sup>. On retrouve également des sports comme la boxe, le football américain et le patinage artistique, chacun vu par 3,2% des répondants observateur d'une publicité sportive utilisant un *supokon*.

Pour les œuvres présentes sur ces publicités, trois arrivent en tête, mentionnées chacune par 23,1% des sportifs : *Blue Lock* et *Inazuma Eleven* pour le football, *Haikyû !!* pour le volleyball. Arrivent ensuite les publicités utilisant *Kuroko's basket* (19,2%), puis *Captain Tsubasa* (11,5%) et *Slam Dunk* (7,7%). Ces six œuvres les plus observées dans une publicité sportive sont aussi les œuvres les plus lues par les lecteurs de *supokon* sur leur pratique. On observe ainsi un lien entre les *supokon* les plus utilisés et les *supokon* les plus lus par les sportifs. Les autres œuvres citées, mais chacune par une seule personne sont : *Ao Ashi* (football), *Dream Team* (basketball), *Eyeshield 21* (football américain) et *Hajime no Ippo* (boxe). Il y a également 22% des sportifs qui ont repéré d'autres œuvres, mais sans connaître leur titre.

Lorsque l'on s'intéresse à ce que ces publicités faisant usage de *supokon* promouvaient, on se rend compte que pour plus de la moitié des sportifs (54%), les publicités repérées avaient pour vocation de faire la promotion d'un événement à portée au moins nationale : compétition de haut niveau (nationale ou mondiale) ou jeux Olympiques. Or, seuls 2,7% des sportifs en ont vu une à l'occasion d'une compétition locale (départementale, régionale...), ce qui montre que ces compétitions sont moins exploitées, ou tout simplement moins promues. Pour 48,6% des sportifs, l'usage de *supokon* dans la publicité observée servait purement à promouvoir un sport<sup>211</sup>.



En dehors des publicités, d'autres moyens sont mis en place pour promouvoir le sport à travers le *supokon*. Un très bon exemple est *Haikyû !!*. Dans la version française du manga, éditée par Kazé, certains tomes sont pourvus, à la fin, de pages explicatives sur le volleyball. Ces pages sont créées en collaboration avec la FFVB (fédération française de volleyball) et servent à introduire le sport aux lecteurs du manga. Sur la page suivante, une fiche pédagogique sur le poste de libéro.

Cette fiche pédagogique explique en détail le poste de libéro : son rôle, les qualités qu'il doit avoir, les règles qu'il doit suivre... Elle rappelle également quel personnage du manga est à ce poste, ce qui permet de lier la réalité à l'expérience du lecteur.



Scan de la fiche pédagogique du tome français 3 de *Haikyû !!*

Pourtant, si les *supokon* peuvent servir à promouvoir un sport, la relation n'est pas à sens unique. En effet, un sport peut également promouvoir un *supokon*, comme ce fut le cas pour *Blue Lock*.

Dans ce manga, après la défaite de l'équipe japonaise en huitième de finale de la Coupe du monde 2018, l'Union japonaise de football décide de créer un centre de formation. Le but : former une équipe nationale capable de gagner la Coupe du monde 2022. Comme je l'ai expliqué lors de la présentation de *Blue Lock*, la série commence sa prépublication en août 2018, soit juste après la réelle défaite de l'équipe nationale japonaise pendant la Coupe du monde 2018. En conséquence, *Blue Lock* s'ancre directement dans la réalité

sportive japonaise et représente le souhait des Japonais de voir leur équipe gagner la prochaine Coupe du monde de football, en 2022.

Comme je l'ai expliqué lorsque j'ai présenté ce manga, dans la partie « *Supokon* et football », la popularité de *Blue Lock* connaît un regain lorsque l'équipe nationale japonaise de football atteint les huitièmes de final de la Coupe du monde 2022, en finissant première de son groupe. Sur les réseaux sociaux, la Coupe du monde se change en véritable tremplin pour le *supokon*. On compare la réussite de l'équipe japonaise au but visé par les héros du manga et « Le projet *Blue Lock* » devient alors un sujet qui secoue *Twitter*.

Exemples de tweets sur le « Projet Blue Lock »



Tweet 1 : Actu Mangas (@ActuMangas\_), publié sur Twitter le 1er décembre 2022 [consulté le 04/12/22]



Tweet 2 : L'ÉQUIPE (@lequipe) sur Twitter [consulté le 04/12/22]



Tweet 5 : ANIMEO NEWS (@AnimeoNews), publié sur Twitter le 2 décembre 2022 [consulté le 04/12/22]



Tweet 6 : Connor (@UK\_Connorr), publié sur Twitter le 1er décembre 2022 [consulté le 04/12/22]



Tweet 3 : Sofiane (@SofianeArbeloa), publié sur Twitter le 1er décembre 2022 [consulté le 04/12/22]

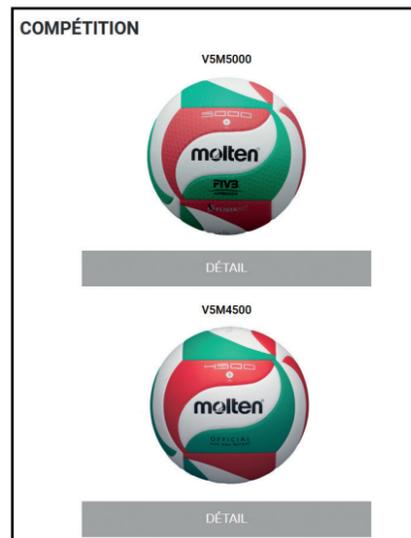


Tweet 4 : JLOniizuka (@Oniizukafc), publié sur Twitter le 1er décembre 2022 [consulté le 04/12/22]

Ce phénomène est si fort que de nombreux médias s'en emparent, qu'ils soient généralistes (« Mondial 2022 : pourquoi tout le monde parle du manga "Blue Lock", après la victoire du Japon sur l'Allemagne ?<sup>212</sup> », « C'est quoi cette histoire de projet Blue Lock qui doit permettre au Japon de remporter la Coupe du monde ?<sup>213</sup> », « Mondial 2022 : c'est quoi le projet "Blue Lock", qui agite Twitter après les victoires du Japon ?<sup>214</sup> ») ou spécialisés dans la pop culture ou les mangas (« Blue Lock devient réel lors de la Coupe du Monde 2022<sup>215</sup> », « Qu'est-ce que Blue Lock, le manga dont tout le monde parle après la victoire du Japon à la Coupe du Monde ?<sup>216</sup> »). La Coupe du monde 2022 permet ainsi à Blue Lock de bénéficier d'une promotion de choix et d'attirer de nombreux nouveaux lecteurs. Oricon<sup>217</sup> rapporte en effet que la circulation d'exemplaires de Blue Lock a augmenté de 2 millions d'exemplaires en à peine deux semaines.



J'aimerais ajouter qu'il n'y a pas que les sports qui bénéficient de la visibilité octroyée par les *supokon*. C'est aussi le cas des fournisseurs d'équipements sportifs, dont les produits apparaissent dans les mangas de sport. On peut par exemple citer l'exemple de Molten et Mikasa, dont les ballons apparaissent à tour de rôle dans *Haikyû !!*, dans le manga comme dans l'anime. En outre, ces deux marques sont toutes les deux sponsors de la série animée. Si des marques aussi importantes souhaitent être mises en valeur dans un *\*supokon*, c'est qu'elles savent que cela leur donnera de la visibilité et attirera de potentiels clients. Elles considèrent donc que les *\*supokon* ont un impact certain sur l'industrie du sport.



Ballons de volleyball de la marque Molten



Ballons de volleyball de la marque Mikasa

On retrouve ces deux ballons en couverture de plusieurs tomes de *Haikyû !!* :

Couvertures des tomes français 11, 29 et 45, sur lesquelles apparaissent les ballons Mikasa<sup>219</sup>.



Mikasa semble tout de même avoir un lien plus privilégié avec *Haikyû !!* : en plus d'apparaître sur davantage de couvertures, le nom de la marque est souvent explicitement donné.



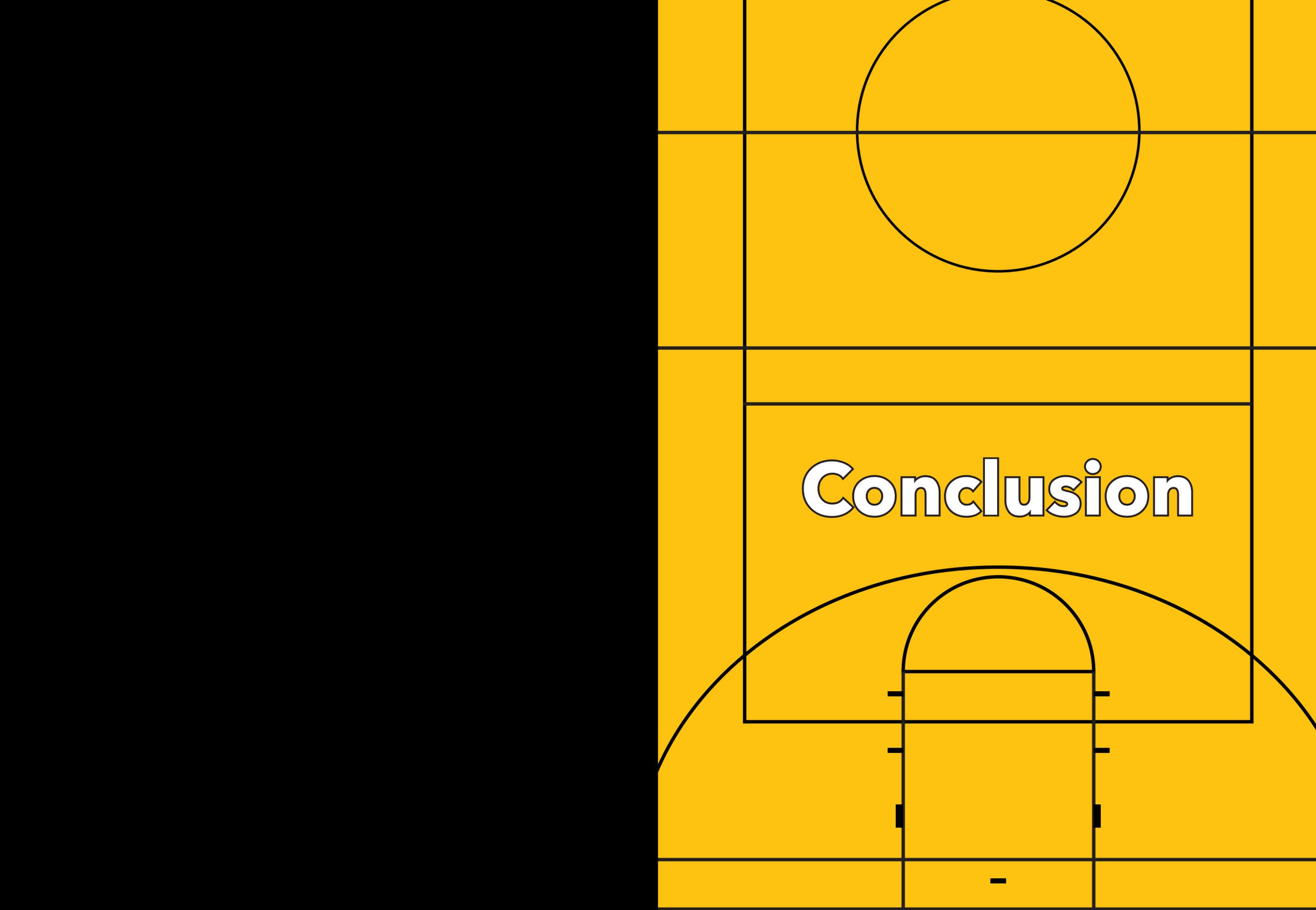
Pour qu'un sport soit connu du grand public, il doit être médiatisé. Ainsi, les sports bénéficiant d'une excellente couverture médiatique, comme le football, n'ont pas besoin d'outils comme les *supokon* pour être découverts. À l'inverse, pour un sport non-médiatisé, les *supokon* peuvent servir d'introduction, de premier contact. Le volleyball, bien que la médaille d'or de l'équipe masculine française de volleyball aux jeux Olympiques 2020 ait permis de faire parler de ce sport, reste bien moins médiatisé. C'est pour cette raison que les *\*supokon* ont autant aidé à la découverte

de ce sport chez les volleyeurs interrogés. De plus, en France, *Haikyû !!* se sert très bien de son statut de *supokon* emblématique sur le volleyball pour faire la passerelle avec cette discipline, comme le montre la présence de fiches pédagogiques à la fin des tomes reliés. L'efficacité semble être prouvée, puisque 69,2% des volleyeurs lecteurs d'*Haikyû !!* ont commencé ce sport au moins en partie à cause de ce manga.

En revanche, le lien entre sport et *supokon* n'existe pas qu'à sens unique. La réalité sportive peut également servir le *supokon*, comme l'exemple *Blue Lock* nous l'a montré. La relation qui lie *supokon* et pratique sportive est à double-sens. Cependant, un troisième élément peut parfois s'y ajouter : les marques sportives, qui profitent de la notoriété des *supokon* pour promouvoir aux sportifs leurs équipements.

Couverture des tomes français 1, 10<sup>218</sup> et 12, sur lesquelles apparaissent les ballons Molten.





**Conclusion**

La première partie de cette étude a permis de montrer le lien profond entre les mangas et, dans mon cas, les *supokon*, et l'Histoire du Japon. En même temps que l'histoire japonaise s'écrit, les mangas et les *supokon* évoluent avec elle. Aujourd'hui, les *supokon* possèdent des caractéristiques spécifiques, mais aussi communes au manga dans son ensemble. Ces caractéristiques propres ont permis au manga de se créer une identité forte et reconnaissable. Cela lui permet notamment de se démarquer des bandes dessinées franco-belge et des comics américains. Ainsi, depuis l'arrivée en France des animes dans les années soixante-dix et les premières publications en 1990, le manga est un produit dont la popularité n'a cessé de grandir dans notre pays. En 2021, les mangas représentaient plus d'une bande dessinée vendue sur deux<sup>220</sup>.

L'enquête du CNL « Les français et la BD<sup>221</sup> » montrent que les plus grands lecteurs de mangas sont des hommes et que la lecture de mangas culmine autour de 13 ans. Grâce à mes analyses, il est possible d'ajouter que parmi les trois sports étudiés, le volleyball contient la plus grosse proportion de lecteurs de mangas (72,7%). Ces tendances se retrouvent parmi les lecteurs de *supokon* sur leur pratique, avec cependant de bien moindres différences. En effet, une fois qu'un sportif est lecteur de manga, il y a de fortes chances qu'il devienne un lecteur de *supokon*. De même, un sportif lecteur de *supokon* a de grandes chances d'en lire sur sa pratique. Sur le total de mon échantillon, ce sont 83% des sportifs lecteurs de *supokon* qui en lisent sur leur sport. Cette donnée me permet alors de valider ma troisième hypothèse : « La grande majorité des sportifs lisent des *supokon* abordant le sport qu'ils

pratiquent. ». Il faut en revanche préciser que cette hypothèse est vraie lorsque le sportif est déjà lecteur de *supokon* (83% de lecteurs sur la pratique), ou au moins lecteur de mangas (63,8%). Sur l'échantillon total des sportifs interrogés, c'est seulement 32,6% des sportifs qui lisent des *supokon* sur leur pratique. Dans ce dernier cas, nous sommes loin d'une grande majorité. En outre, mon étude ne me permet pas de savoir si la lecture de *supokon* sur la pratique même constitue la plus grosse part de la lecture de *supokon*.



L'impact de la lecture de *supokon* sur sa pratique sportive se vérifie dans les trois sports interrogés, mais à des niveaux différents. Chez les footballeurs et les basketteurs, la lecture influe peu sur la décision de commencer le sport. Elle influe surtout sur les efforts mis dans la pratique. Elle permet plus précisément de les maintenir. La lecture de *supokon* sur sa discipline sert donc de soutien à celle-ci. Chez les volleyeurs, c'est surtout dans la décision que la lecture va jouer. Le volleyball est par ailleurs le seul des trois sports dont certains joueurs ont envisagé de pratiquer suite à la lecture d'un *supokon* sur le volley, *Haikyû !!*. Le rôle de ce *supokon* fut reconnu par Eric Tanguy en personne, le président de la FFVB (fédération française de volleyball) :

*« Quand je vais dans des salles et que je discute avec des jeunes, je constate qu'il y en a plus qui sont venus par Haikyû que par la médaille d'or<sup>222</sup>. »*

Ma deuxième hypothèse est donc vérifiée : « Une partie des licenciés s'est inscrit à un sport après avoir lu un *supokon*

le concernant ». Même si c'est le cas dans tous les sports, c'est dans le volleyball que cette tendance est la plus forte.

Si ce sont chez les volleyeurs que la lecture de *supokon* a encouragé la plus grosse part à s'inscrire à un sport, c'est surtout parce que les joueurs découvrent le *supokon* avant de pratiquer, alors que l'inverse se produit chez les basketteurs et les footballeurs. Ceci induit la chose suivante : les basketteurs et les footballeurs sont des joueurs qui deviennent des lecteurs de *supokon* sur leur pratique, alors que les volleyeurs sont des lecteurs de *supokon* sur le volleyball qui deviennent joueurs. Les basketteurs et les footballeurs s'intéressent aux *supokon* parce que ceux-ci parlent du sport qu'ils pratiquent, tandis que les volleyeurs s'intéressent au volleyball car leurs *supokon* favoris en parlent. À noter que si le fait de pratiquer un sport peut amener ses joueurs lecteurs de mangas et de *supokon* à lire un manga de sport sur le sport pratiqué, ce ne sont pas les membres du club qui jouent sur cette lecture. En effet, parmi les répondants lecteurs de *supokon*, seuls deux (3,8%) ont découvert les *supokon* grâce à une personne de leur club.

Dans tous les cas, les *supokon* influencent totalement les individus, que ce soit en leur faisant découvrir un sport, en leur donnant envie de le pratiquer, ou en leur faisant faire plus d'efforts dans le leur. Dans le cas du football, l'influence est cependant moindre. C'est en effet 50% des footballeurs lecteurs de *supokon* sur leur sport qui disent ne pas avoir observé d'influence de leur lecture sur leur pratique. Ce pourcentage peut s'expliquer par l'extrême médiatisation, et popularité, que connaît le football. Avec 2,18 millions de

licenciés en France en 2023<sup>223</sup>, c'est de loin le sport le plus populaire<sup>224</sup>. Le basketball comptabilise plus de 711 000 licenciés<sup>225</sup> tandis que le volleyball arrive à 183 120<sup>226</sup>. Avec un tel engouement, le football se rappelle suffisamment à ses licenciés, ce qui suffit à les stimuler. Un autre acteur d'influence potentiel tel que le *supokon* a donc moins de choses à y apporter, bien qu'une influence s'observe tout de même.

La lecture de mangas de sport par des sportifs offre donc une véritable opportunité d'approfondir la pratique. Pour motiver les joueurs et les engager plus encore, il serait bénéfique de promouvoir les *supokon* dans le monde sportif. De plus, j'ai montré que ce sont les proches qui jouaient le plus gros rôle dans la découverte des *supokon*. Ainsi, si davantage de sportifs lisent des mangas de sport et en deviennent de fidèles supporters, ils en parleront possiblement à leurs proches, qui découvriront à leur tour les *supokon*. On augmente ainsi les chances de toucher des personnes et de leur donner envie de faire du sport, de franchir le pas.



Il existe donc un lien fort entre le sport et le *supokon*. Ces derniers s'inspirent du sport et de ses athlètes emblématiques, tandis qu'ils créent des vocations et des athlètes qui deviennent à leur tour source d'inspiration des mangas de sport. Mais le lien entre *supokon* et sport ne se fait pas qu'à travers les joueurs. Les marques qui vendent des vêtements ou du matériel sportif bénéficient aussi des *supokon*. C'est pour cette raison que certaines d'entre elles cherchent à apparaître dans ces œuvres. Ce *sponsoring* est un autre indicateur de l'impact des *supokon* sur le monde du sport.

Ma première hypothèse se trouve ainsi validée : les *supokon* peuvent être des sources de promotion pour le sport. Les mangas de sport servent donc à promouvoir un sport, des athlètes et des marques, de la même manière que le sport et les athlètes peuvent aider à promouvoir les *supokon*.

En revanche, la vitrine qu'offre les *supokon* pour le sport n'est encore que peu exploitée, et dispose d'un potentiel encore plus grand. Les mangas de sport ne peuvent exister sans le sport, c'est un fait, mais c'est à présent au sport de s'appuyer davantage sur les *supokon*.



# Remerciements

Je tiens à remercier mon directeur de mémoire, Sylvain Aquatias, sans qui ce mémoire n'aurait jamais vu le jour. Merci d'avoir été présent tout du long. Merci d'avoir inlassablement corrigé mon texte (et d'avoir supporté mes centaines de commentaires et de questions). Merci de m'avoir aiguillée à chaque fois que j'étais perdue (c'est-à-dire souvent). Merci de m'avoir accompagnée lors de la prise en main de *ModaLisa* (et pour toutes les analyses qui ont suivi). Merci de m'avoir prêté votre ordinateur. Merci de m'avoir conseillée plein de documents intéressants pour mon étude. Et merci de m'avoir donné des *deadlines* (et donc forcé à travailler régulièrement).

Je remercie également tous mes professeurs durant ces deux années de master. C'est grâce à vous que j'ai appris énormément lors de ces deux années à Limoges. C'est grâce à vous que je sais bien plus de choses sur une industrie qui me passionne. Et c'est grâce à vous que j'ai été capable de mettre en page ce mémoire, en respectant les règles typographiques.

Merci à Sophie Anquetil d'avoir été une super responsable pour le master Édition (et félicitations pour avoir supporté notre promo qui avait toujours plein de requêtes). Et merci de m'avoir acceptée dans ce master (vous m'avez donné un avenir).

Merci à tout le personnel de l'université. Merci à ceux qui ont validé mon inscription et mes conventions de stage. Merci à ceux qui s'occupaient de l'emploi du temps et de l'attribution des salles. Merci au personnel d'accueil pour nous avoir donné les clés de la D106 quand on en avait besoin (c'est-à-dire tout le temps). Merci au personnel de la cafétéria et du restaurant universitaire de nous avoir nourri. Merci aux agents d'entretien pour avoir gardé notre lieu d'étude tout beau tout propre. Merci à tous, et courage !

Merci à toute la promo d'avoir été super. Ces deux années étaient géniales grâce à vous ! Je n'en aurai que de beaux souvenirs.

Je remercie aussi Claire du *Temps de Vivre* et Fabrice de *Black-out* de m'avoir acceptée en stage. J'ai beaucoup appris à vos côtés. Merci aussi à tous les gens rencontrés pendant ces stages. Pensée toute particulière pour Anne du TDV qui va m'héberger lorsque je vais revenir à Limoges passer ma soutenance : merci !

Merci à mes parents Karine et Sylvain, de m'avoir donné naissance, mais aussi de me supporter depuis 23 ans. Merci aussi de m'avoir conseillée lorsque j'avais un doute sur ma rédaction ou ma mise en page. Merci aussi à mes deux frères (*petits frères*) Yanis et Enzo de tout manger à la maison certes, mais aussi de m'avoir donné votre avis sur certaines parties de mon mémoire (et merci pour la photo de moi en quatrième Enzo !). Je vous aime tous !

Je remercie également tous mes ami.e.s, d'être mes ami.e.s, et d'égayer mes journées. Merci à mes ami.e.s de Limoges, le club (Anaïs, Elisa, Léa Gi., Léa Gr., Malaurie, Sully), de m'avoir accompagnée dans cette aventure qu'est le master. Merci aussi de m'avoir donné les consignes des devoirs quand j'avais un doute, et de m'avoir donné vos avis sur mon mémoire à chaque fois que je vous sollicitais.

Merci à Lou B. et Malaurie, les déesses du mémoire, qui étaient toujours en avance par rapport à moi et qui subissaient par conséquent plein de questions. Et félicitations pour votre super travail !

Enfin, un grand merci aux clubs qui m'ont laissé distribuer mon questionnaire à leurs joueurs et joueuses ! Sans vous, mes données auraient été bien réduites. Merci à *Limoges Football*, *Limoges Landouge Basket* et *Volley Ball Club Limoges Landouge Loisirs* (VBC3L).

Merci spécial à tous les chercheurs et journalistes dont les travaux m'ont permis d'obtenir des informations précieuses. Je remercie particulièrement Jean-Marie Bouissou et Bounthavy Suvilay, MVP de mon mémoire.



## Notes et références

Les références et les ajouts informatifs nécessaires à une meilleure compréhension du texte ont été différenciés. Les notes renvoyant aux sources utilisées sont en noir (ici comme dans le texte), tandis que celles apportant des précisions ou des explications au texte sont en jaune.

1. LEGUELTEL, Philippe, « Le pass Culture fait exploser les ventes de mangas », mis en ligne le 5 novembre 2021, *Les Échos*, <https://www.lesechos.fr/pme-regions/normandie/le-pass-culture-fait-exploser-les-ventes-de-mangas-1361497> [consulté le 19 février 2022]
2. Ibid.
3. Ibid.
4. WOITIER, Chloé, « Le pass Culture entraîne une ruée vers les mangas », mis à jour le 11 juin 2021, *Le Figaro*, <https://www.lefigaro.fr/medias/le-pass-culture-entraîne-une-ruée-vers-les-mangas-20210610> [consulté le 19 février 2022]
5. LACHASSE, Jérôme, & RANGIN, Magali, « Le pass Culture est-il en train de se transformer en « pass manga » ? », mis en ligne le 9 juin 2021, *BFMTV*, [https://www.bfmtv.com/people/bandes-dessinees/le-pass-culture-est-il-en-train-de-se-transformer-en-pass-manga\\_AN-202106090120.html](https://www.bfmtv.com/people/bandes-dessinees/le-pass-culture-est-il-en-train-de-se-transformer-en-pass-manga_AN-202106090120.html) [consulté le 19 février 2022]
6. « Pass Culture ou Pass Manga : Pour 300 euros, vous achetez quoi comme mangas ? », mis en ligne le 7 juin 2021, *20minutes*, <https://www.20minutes.fr/arts-stars/culture/3056103-20210607-pass-culture-pass-manga-300-euros-achetez-quoi-comme-mangas>, [consulté le 19 février 2022]
7. BOUISSOU, Jean-Marie, *Mangas. Histoire et univers de la bande dessinée japonaise*, Arles, Éditions Picquier, 2021, p°17.
8. LAFFAGE-COSNIER, Sébastien, VIVIER Christian, FUCHS Julien, « Introduction. La bande dessinée, miroir ou moteur des activités physiques des jeunes ? », *Agora débats/jeunesses*, 2018/1 (N° 78), p°42.
9. BOUISSOU, Jean-Marie, « Pourquoi aimons-nous le manga ? Une approche économique du nouveau soft power japonais », *Cités*, 2006/3 (n° 27), p°74.
10. Ibid., p°72.
11. CNL, « Les français et la BD » (enquête), *CNL*, 2020, <https://centrenationaldulivre.fr/donnees-cles/les-francais-et-la-bd> [consulté le 3 février 2022].
12. SUVILAY, Bounthavy, « Le manga de sport comme récit de formation pour la jeunesse au Japon », *Agora débats/jeunesses*, 2018/1 (N° 78), p°125.
13. « Sport », *Le Petit Robert*, 2017.
14. « Sport », *Dictionnaire Hachette*, 2015.
15. Marie-Cécile Naves est chargée de mission au département des Questions sociales au Commissariat général à la stratégie et à la prospective. Voir <https://www.strategie.gouv.fr/point-de-vue/pratique-sportive-reguliere-francais-baisse-pistes-daction-publique>, 2014 [consulté le 2 juin 2022]
16. « Eurobarometer on Sport and Physical Activity », Mémo, *Commission Européenne*, Bruxelles, Mars 2014.

17. CROUTTE, Patricia, & MÜLLER, Jörg, « Baromètre national des pratiques sportives 2020 » (Notes et rapport), *INJEP*, mars 2021, <https://injep.fr/publication/barometre-national-des-pratiques-sportives-2020/> [consulté le 6 juin 2022].
18. BOUISSOU, 2021, op. cit., p°10.
19. Conservés au temple Kôzanji, près de Kyoto. Les deux premiers sont attribués à l'abbé Toba Sôjo (1053-1140).
20. Ibid., p°27
21. Ibid., p°28.
22. BOUISSOU, 2021, op. cit., p°32 : « *art pictural mêlant dessin et calligraphie, présentant beaucoup de peintures absurdes ou vides de sens* ».
23. Ibid., p°33.
24. Ibid.
25. La xylographie est un procédé de reproduction exploitant la gravure sur bois. La gravure terminée est enduite d'encre avant d'être apposée sur le support définitif.
26. POUPÉE, Karyn, *Histoire du manga. L'école de la vie japonaise*. Paris, Tallandier, 2014, p°33.
27. BOUISSOU, 2021, op. cit., p°35.
28. Le *kabuki* est une des formes du théâtre traditionnel japonais. Les acteurs sont très maquillés et jouent des pièces en suivant un ensemble de règles strictes.
29. Ibid., p°38
30. POUPÉE, 2014, op. cit., p°34.
31. Ibid.
32. Ibid.
33. Ibid.
34. Les noms des différents types de *kusazoshi* sont tirés de la couleur de leur couverture : rouge pour les *akabon*, bleu ou noir pour le *aohon* ou *kurohon*, jaune pour les *kibyoshi*.
35. Ibid., p°22.
36. Ibid., p°31.
37. Ibid., p°32.
38. BOUISSOU, 2021, op. cit., p°26.
39. La lithographie est un procédé d'impression qui consiste à reproduire les tracés réalisés à l'encre ou au crayon sur une pierre calcaire. L'offset en est une version améliorée.
40. Ibid., p°47.
41. POUPÉE, 2014, op. cit., p°26.
42. Charles Wirgman lance le journal satirique illustré *Japan Punch* en 1862. Celui-ci s'adresse aux expatriés habitant à Yokohama et est actif jusqu'en 1887 (BOUISSOU, 2021, p°47).
43. Illustrations suivant le style utilisé par le journal satirique illustré *Japan Punch*.
44. POUPÉE, 2014, op. cit., p°27.
45. BOUISSOU, 2021, op. cit., p°49.
46. « Dérisoires », dans le sens où elles étaient faites rapidement.
47. Ibid.
48. Ce manga raconte les mésaventures de deux provinciaux découvrant Tokyo et sa civilisation débordante. Les épisodes de six cases étaient hebdomadaires.
49. Ibid., p°50.
50. POUPÉE, 2014, op. cit., p°35.

51. BOUISSOU, 2021, op. cit., p°51.
52. POUPÉE, op. cit., p°22.
53. BOUISSOU, 2021, op. cit., p°52.
54. Ibid., p°53.
55. Ibid., p°54.
56. Ibid., p°56
57. Ibid., p°57
58. Ibid., p°61.
59. Ibid.
60. Ibid., p°62-63.
61. De l'anglais *mechanical*. Ce genre naît en 1956 avec *L'homme d'acier n°28 (Tetsujin 28-go)* de Yokoyama Mitsuteru. C'est également à travers ce genre que le manga va commencer à se faire une place à l'international.
62. Ibid., p°66.
63. Ibid., p°67.
64. Ibid., p°68.
65. Terme créé par Tatsumi Yoshihiro en 1957 dans le but de séparer clairement ses séries, noires, de celles pour enfants.
66. Ibid., p°41.
67. Ibid., p°76.
68. Ibid., p°84.
69. Ôshima Yumiko - *Tanjô* (1970-1971) : présentation d'une lycéenne enceinte ; Mizuno Hideko - *Fire !* (1969-1971) : première allusion à une scène de sexe. Ces séries entrent dans la continuité du mouvement d'émancipation des femmes japonaises, débuté à la fin des années 1960.
70. Ibid., p°89.
71. Ibid., p°93.
72. Pour les garçons : *Shônen Magazine* et *Shônen Sunday* en 1959, *Shônen King* en 1963, *Shônen Jump* en 1968 ; pour les filles : *Margaret* en 1962, *Shôjo Friend* en 1963, *Shôjo Comic* en 1970 (BOUISSOU, 2021, p°95).
73. Ibid., p°96.
74. Une trame est une surface composée de points ou de lignes, dont l'espacement entre eux varie. Les trames permettent d'obtenir des nuances différentes de gris et sont utilisées dans l'architecture, l'imprimerie et le dessin.
75. BOUISSOU, 2021, op. cit., p°97.
76. Ibid., p°101.
77. Ibid., p°108.
78. Ibid., p°110.
79. Sur les trois années durant lesquelles sa diffusion a duré, *Astroboy* cumule une moyenne de 30% de part d'audience, un record encore aujourd'hui (BOUISSOU, 2021, p°98).
80. Ibid., p°100.
81. OAV : *Original Animation Video*. Désigne les séries et épisodes diffusés sans passer par la télé, mais directement par DVD.
82. Ibid., p°113-114.
83. Ibid., p°105.

**84.** Ibid., p°111-112.  
**85.** Le terme « manga informatif » désigne les mangas dont le but est d'expliquer un sujet, un domaine, au lecteur. Les mangas appartenant à ce genre ont une portée pédagogique.  
**86.** En un an, celui-ci est vendu à plus de 550 000 exemplaires (BOUISSOU, 2021, p°122).  
**87.** Ibid., p°123.  
**88.** Ibid., p°115.  
**89.** Ibid., p°118.  
**90.** La troupe féminine *Takarazuka* adapte *La Rose de Versailles* en 1974. Ce fut un très grand succès.  
**91.** *Yasei Jidai* reprend *Phénix* de Tezuka Osamu en 1986.  
**92.** BOUISSOU, 2021, op. cit., p°119.  
**93.** Ibid., p°125.  
**94.** Ibid., p°129.  
**95.** Ibid., p°131.  
**96.** Ibid., p°117.  
**97.** Ibid., p°133.  
**98.** Ibid., p°134.  
**99.** BOUISSOU, 2021, op. cit., p°134-135.  
**100.** Ibid., p°137.  
**101.** Ibid.  
**102.** Ibid., p°140.  
**103.** Ibid., p°142.  
**104.** Ibid., p°143.  
**105.** Ibid., p°106.  
**106.** SUVILAY, 2018, op. cit., p°128.  
**107.** Planches prises sur le site *Scans Mangas*, <https://scansmangas.cc/manga/slam-dunk> [consulté le 3 mai 2022]  
**108.** Ibid., p°132.  
**109.** Double-page prise sur le site de la FNAC.  
**110.** Ibid., p°132-134.  
**111.** Ibid., p°134.  
**112.** Ibid.  
**113.** Ibid., dans les notes de bas de page (n°18).  
**114.** Planches prises sur le site *Scans Mangas*, <https://scansmangas.cc/manga/slam-dunk> [consulté le 3 mai 2022]  
**115.** Ibid.  
**116.** Ibid.  
**117.** Ibid., p°125.  
**118.** SUVILAY, Bounthavy, *Le Sport anime !*, Ynnis éditions, 2021, p°6.  
**119.** SUVILAY, 2018, op. cit., p°127.  
**120.** Ibid.  
**121.** Ibid., p°127-128.  
**122.** Ibid., p°128.  
**123.** SUVILAY, 2021, op. cit., p°7.  
**124.** Ibid., p°12.

**125.** SUVILAY, 2018, op. cit., p°126.  
**126.** Ibid., p°136-137.  
**127.** SUVILAY, 2021, op. cit., p°7.  
**128.** Ibid., p°4.  
**129.** Ibid., p°10.  
**130.** Ibid.  
**131.** Ibid., p°11.  
**132.** Ibid.  
**133.** Ibid.  
**134.** Ibid., p°12.  
**135.** Ce sport est extrêmement populaire au Japon et est sujet à une très grande médiatisation. Ce succès fait qu'entre 1948 et 1996, environ 380 *supokon* sur le baseball sont publiés (SUVILAY, 2021, p°12).  
**136.** SUVILAY, 2018, op. cit., p°125, dans les notes de bas de page (n°4).  
**137.** SUVILAY, 2021, op. cit., p°13.  
**138.** Ibid., p°14.  
**139.** Ibid., p°15-16.  
**140.** *Olive & Tom* en français, le manga original de Takahashi Yôichi est publié dans le *Weekly Shônen Jump* entre 1981 et 1988.  
**141.** La création de cette ligue professionnelle de foot en 1992 est en partie rendue possible par le grand nombre de joueurs, dont un certain nombre avait commencé le foot sous l'influence de *Captain Tsubasa*.  
**142.** Ibid., p°15.  
**143.** Ibid., p°16.  
**144.** BOUISSOU, 2006, op. cit., p°75.  
**145.** POUPÉE, 2014, op. cit., p°13.  
**146.** BOUISSOU, 2021, op. cit., p°145.  
**147.** Reprise des chiffres donnés par Jean-Marie Bouissou dans *Mangas. Histoire et univers de la bande dessinée japonaise*, 2021, p°145.  
**148.** Depuis *Astroboy* en 1963, le marché des séries télévisées au Japon s'est grandement développé. Le pays possède ainsi un marché au sein duquel les acteurs ont de l'expérience et du savoir-faire, dans la réalisation, mais également dans le marketing.  
**149.** BOUISSOU, 2021, op. cit., p°146.  
**150.** *Captain Tsubasa* devient *Olive & Tom* : Ozora Tsubasa s'appelle désormais Olivier Atton tandis que l'on donne le nom de Thomas Price à Wakabayashi Genzo. Les prénoms sont également changés dans *Jeanne & Serge*, originellement *Attacker Yu !*. Hazuki Yu devient Jeanne et Takiki Shô, Serge. Il en va de même pour *City Hunter* et son héros Saeba Ryô, tous deux traduits par *Nicky Larson*.  
**151.** Ibid.  
**152.** Ibid., p°146-147.  
**153.** Ibid., p°17.  
**154.** Ibid., p°147.  
**155.** POUPÉE, 2014, op. cit., p°21.

**156.** Calcul de Jean-Marie Bouissou : Dunis et Krecinba (2004) pour 1989-2004 et *Animeland Hors-Série* de décembre 2005 (BOUISSOU, 2006, p°71.).

**157.** BOUISSOU, 2021, op. cit., p°17.

**158.** Ibid., p°147.

**159.** Ibid., p°17.

**160.** BOUISSOU, 2006, op. cit., p°80.

**161.** CNL, « Les français et la BD » (enquête), CNL, 2020, <https://centrenationaldulivre.fr/donnees-cles/les-francais-et-la-bd> [consulté le 3 février 2022].

**162.** BOUISSOU, 2006, op. cit., p°73.

**163.** « Plus rien n'arrête la BD », Bilan France 2021, Données GfK Market Intelligence, en partenariat avec le FiBD, 27 janvier 2022 : [https://www.livreshebdo.fr/sites/default/files/2022-01/DOSSIER\\_PRESSE\\_GfK\\_FiBD\\_bilan\\_BD\\_2021.pdf](https://www.livreshebdo.fr/sites/default/files/2022-01/DOSSIER_PRESSE_GfK_FiBD_bilan_BD_2021.pdf) [consulté le 5 Mai 2022].

**164.** Ibid.

**165.** TOUZANI, Samir, « Une bande dessinée sur deux vendues en France est un manga », mis à jour le 20 septembre 2021, *Les Échos*, <https://www.lesechos.fr/tech-medias/medias/une-bande-dessinee-sur-deux-vendues-en-france-est-un-manga-1347303> [consulté le 5 mai 2022]

**166.** LAFFAGE-COSNIER, VIVIER, FUCHS, 2018, p° 45.

**167.** Récits narrant des amours homosexuelles entre hommes pour les *yaoi*, et entre femmes pour les *yuri*. Les *hentai* sont des récits pornographiques.

**168.** Respectivement pour les enfants, les adolescents, les adolescentes, les hommes adultes, et les femmes adultes.

**169.** Le « U » signifie « Under ». Les équipes U15 sont donc les « Under 15 », soit les moins de 15 ans. Le volleyball utilise la version française, puisque les catégories équivalentes sont respectivement M15 et M18.

**170.** Ce cas de figure arrive soit dans le cas d'un surclassement, c'est-à-dire un cas où un joueur est autorisé à jouer dans la catégorie supérieure, soit si un ou plusieurs joueurs ne sont pas suffisamment nombreux pour monter une équipe.

**171.** CNL, « Les français et la BD » (enquête), CNL, 2020, <https://centrenationaldulivre.fr/donnees-cles/les-francais-et-la-bd> [consulté le 3 février 2022].

**172.** CROUTTE, Patricia, & MÜLLER, Jörg, « Baromètre national des pratiques sportives 2020 » (Notes et rapport), INJEP, mars 2021, <https://injep.fr/publication/barometre-national-des-pratiques-sportives-2020/> [consulté le 6 juin 2022].

**173.** Cf. note de fin 170.

**174.** « Les cellules grisées indiquent un lien statistique positif entre une partie de l'échantillon et une des variables, déterminé par le PEM (pourcentage d'écart maximal), lien d'autant plus fort que la cellule est foncée. Le pourcentage du PEM global sert d'indice pour estimer la force de la liaison entre deux variables, au même titre que le Khi2 total. Si le PEM global est nul, on est dans le cas d'une indépendance entre les deux variables ; il peut être égal à 100, si on croise une question avec elle-même. L'avantage du PEM global sur le Khi2 est qu'il est peu sensible aux variations d'effectifs. Les PEM significatifs permettent de repérer les variables pour lesquelles il existe des attractions. » (P. Cibois, « Le PEM, pourcentage de l'écart maximum », article autopublié, <http://cibois.pagesperso-orange.fr/PEM2009Fr.pdf>)

**175.** La durée de pratique des lecteurs de *supokon* sur leur sport suit cette même tendance ; c'est pourquoi je n'y reviendrais pas.

**176.** CNL, « Les français et la BD » (enquête), CNL, 2020, <https://centrenationaldulivre.fr/donnees-cles/les-francais-et-la-bd> [consulté le 3 février 2022].

**177.** Pour rappel, les cellules grisées indiquent un lien statistique positif entre une partie de l'échantillon et une des variables, déterminé par le PEM (pourcentage d'écart maximal).

**178.** Les Khi2 sont séparés par les lignes les plus grasses. Ce sera le cas pour chaque tableau composé de plusieurs tableaux, donc possédant plusieurs Khi2 différents.

**179.** Comme, de manière générale, les femmes lisent plus que les hommes et que leurs lectures sont plus variées, on ne peut être totalement surpris par ce résultat.

**180.** Cette question permettant plusieurs réponses, le total des pourcentages sur le nombre de répondants peut être supérieur à 100. Ce sera toujours le cas quand d'autres sports seront traités.

**181.** Les différents produits de *Kazé* sont à présent édités sous la marque *Crunchyroll*, suite à un changement de marque.

**182.** DESFONTAINE, Pierrick, « Le manga de sport, un genre à part entière », *Les Cahiers de la BD*, 2023/08 (N°23), p°109.

**183.** CROQUET, Pauline, « Le phénomène "Slam Dunk", du manga au grand écran », *Le Monde*, mis à jour le 29 juillet 2023 : [https://www.lemonde.fr/pixels/article/2023/07/26/le-phenomene-slam-dunk-du-manga-au-grand-ecran\\_6183504\\_4408996.html](https://www.lemonde.fr/pixels/article/2023/07/26/le-phenomene-slam-dunk-du-manga-au-grand-ecran_6183504_4408996.html) [consulté le 3 août 2023]

**184.** « Eiga Slam Dunk (2022) », The Numbers, [https://www.the-numbers.com/movie/Eiga-Slam-Dunk-\(2022-Japan\)#tab=international](https://www.the-numbers.com/movie/Eiga-Slam-Dunk-(2022-Japan)#tab=international) [consulté le 3 août 2023].

**185.** *Inazuma Eleven* est originellement un jeu vidéo sorti sur *Nintendo DS* au Japon en août 2008. Ce jeu a un tel succès au pays du soleil levant qu'un premier volume du manga sort dès septembre 2008. L'anime suit peu de temps après, en octobre.

**186.** DESFONTAINE, 2023, op. cit., p°113.

**187.** Je note par ailleurs que lorsque j'ai distribué mes questionnaires aux équipes de football, l'anime de *Blue Lock* était en pleine diffusion. Il est ainsi possible que certains joueurs venaient tout juste de découvrir ce manga.

**188.** Celle-ci se déroule au Qatar, du 20 novembre au 18 décembre 2022.

**189.** Le Japon se qualifie après avoir gagné contre l'Espagne et l'Allemagne, deux équipes réputées.

**190.** On observe ce pourcentage dans le tableau 17.

**191.** Le nombre de ceux qui ne lisent pas de *supokon* malgré une lecture de mangas ne sont pas assez nombreux (N = 4) pour que les résultats soient significatifs.

**192.** Bien que l'on sache tout de même qu'il s'agit d'une œuvre centrée sur le volleyball, puisqu'elle a permis la découverte de ce sport.

**193.** PINEDA, Rafael Antonio, « Haikyuu!! manga to top 50 million copies in circulation », *Anime News Network*, mis en ligne le 2 novembre 2020, <https://www.animenewsnetwork.com/news/2020-11-02/haikyuu-manga-to-top-50-million-copies-in-circulation/.165843?ann-edition=us> [consulté le 24 août 2023]

**194.** Pourcentage tiré du tableau 17.

**195.** Avec un taux de non-réponse de 30,8% à la question « Regardez-vous des animes de sport ? ».

**196.** Sur la première colonne de pourcentages, les non-réponses ont été gardées afin d'obtenir la part des lecteurs de *supokon* sur leur pratique au sein de la population de chaque sport. Cette manœuvre était obligatoire, les lecteurs de *supokon* étant les seuls à devoir répondre à la question « Lisez-vous des *supokon* sur votre pratique ? ».

**197.** DESFONTAINE, 2023, op. cit., p°113.

**198.** Cf tableau 5.

**199.** Cette option suppose que les joueurs n'en faisaient pas avant cette lecture. Il est donc possible que cette formulation négative ait eu un impact sur le choix des réponses à la question.

**200.** Cette analyse a été opérée sous la sous-population des lecteurs de *supokon* sur leur pratique. Je suis restée sur une analyse entre « influence quelconque » et « aucune influence » afin d'avoir des effectifs corrects, et donc des résultats significatifs.

**201.** Cf tableaux 18 et 19.

**202.** Tom Crimmins, « Nike : Find Your Greatness », *Youtube*, mis en ligne le 18 août 2012 : <https://www.youtube.com/watch?v=WYP9AGtLvRg> [consulté le 10 août 2023]

**203.** Romance Agence, « Decathlon | Le sport rend le monde meilleur. », *Youtube*, mis en ligne le 16 avril 2021 : <https://youtu.be/XAupmtaGnEY> [consulté le 10 août 2023]

**204.** Ce x est remplacé par un nom, selon ce qui est illustré par la publicité : « le froid » pour le ski, « le béton » pour le skateboard...

**205.** DALDRY, Stephen (réalisateur). 2000. *Billy Elliot*. Working Title Films.

**206.** LELLOUCHE, Gilles (réalisateur). 2018. *Le Grand Bain*. Chi-Fou-Mi production, Trésor films.

**207.** DEQUIER, Bruno, *Louca*, Dupuis, depuis 2013, 10 tomes, série en cours.

**208.** COULON, Cécile, *Le Cœur du pélican*, Points, 2016, 264 p.

**209.** WAGAMESE, Richard, *Jeu blanc*, 10/18, 2019, 264 p.

**210.** Il s'agissait d'une question à réponses multiples et le pourcentage est donc donné sur le nombre de répondants.

**211.** Cette question était également à choix multiples. J'ai donc utilisé les pourcentages sur le nombre de répondants, ce qui explique le total supérieur à 100.

**212.** LACHASSE, Jérôme, « Mondial 2022: pourquoi tout le monde parle du manga "Blue Lock", après la victoire du Japon sur l'Allemagne ? » *BFMTV*, mis en ligne le 24 novembre 2022 : [https://www.bfmtv.com/people/bandes-dessinees/mondial-2022-pourquoi-tout-le-monde-parle-du-manga-blue-lock-apres-la-victoire-du-japon-sur-l-allemande\\_AN-202211240566.html](https://www.bfmtv.com/people/bandes-dessinees/mondial-2022-pourquoi-tout-le-monde-parle-du-manga-blue-lock-apres-la-victoire-du-japon-sur-l-allemande_AN-202211240566.html) [consulté le 4 décembre 2022]

**213.** FARIBEAULT, François, « C'est quoi cette histoire de projet Blue Lock qui doit permettre au Japon de remporter la Coupe du monde ? », *Konbini*, mis en ligne le 24 novembre 2022 : <https://www.konbini.com/sports/cest-quoi-cette-histoire-de-projet-blue-lock-qui-doit-permettre-au-japon-de-remporter-la-coupe-du-monde/> [consulté le 4 décembre 2022]

**214.** BR., C., « Mondial 2022 : c'est quoi le projet "Blue Lock", qui agite Twitter après les victoires du Japon ? », *La Voix du Nord*, modifié le 5 décembre 2022 : <https://www.lavoixdunord.fr/1261592/article/2022-12-02/mondial-2022-c-est-quoi-le-projet-blue-lock-qui-agite-twitter-apres-les> [consulté le 4 décembre 2022]

**215.** Delora, « Blue Lock devient réel lors de la Coupe du Monde 2022 », *Superpouvoir.com*, mis en ligne le 25 novembre 2022 : <https://www.superpouvoir.com/blue-lock-devient-reel-lors-de-la-coupe-du-monde-2022/> [consulté le 4 décembre 2022]

**216.** JeromeJoffard, « Qu'est-ce que Blue Lock, le manga dont tout le monde parle après la victoire du Japon à la Coupe du Monde ? », *Jeux vidéo*, mis en ligne le 23 novembre 2022 : <https://www.jeuxvideo.com/news/1675399/qu-est-ce-que-blue-lock-le-manga-dont-tout-le-monde-parle-apres-la-victoire-du-japon-a-la-coupe-du-monde.htm> [consulté le 4 décembre 2022]

**217.** Oricon est une société japonaise orientée vers l'industrie du divertissement. Elle donne des statistiques de ventes et diffuse des actualités : <https://www.oricon.co.jp>

**218.** Le ballon de *Mikasa* peut aussi y être observé.

**219.** Les ballons *Mikasa* sont également présents sur la couverture des tomes 3, 10, 22, 27, 32, 33 et 38.

**220.** « Plus rien n'arrête la BD », Bilan France 2021, Données GfK Market Intelligence, en partenariat avec le FiBD, 27 janvier 2022 : [https://www.livreshebdo.fr/sites/default/files/2022-01/DOSSIER\\_PRESSE\\_GfK\\_FIBD\\_bilan\\_BD\\_2021.pdf](https://www.livreshebdo.fr/sites/default/files/2022-01/DOSSIER_PRESSE_GfK_FIBD_bilan_BD_2021.pdf) [consulté le 5 mai 2022].

**221.** CNL, « Les français et la BD » (enquête), *CNL*, 2020, <https://centrenationaldulivre.fr/donnees-cles/les-francais-et-la-bd> [consulté le 3 février 2022].

**222.** « Nouveau record de licenciés pour la FFvolley », *FFVB*, mis en ligne le 8 avril 2023, <http://ffvb.org/index.php?mduseid=Mw%3D%3D&dsgtypid=37&page=actu&actid=NjkyMg%3D%3D> [consulté le 12 août 2023]

**223.** « Le budget et les chiffres clés », *FFF*, <https://www.fff.fr/80-le-budget-et-les-chiffres-cles.html> [consulté le 21 août 2013]

**224.** Il faut bien comprendre que dans chacun des sports, les joueurs ne représentent qu'une partie des licenciés, bien que la plus grosse, au côté des dirigeants et officiels. Cela ne remet cependant pas en cause l'indicateur que propose le nombre de licenciés.

**225.** « La FFBB bat son record de licenciés », *FFBB*, mis en ligne le 2 mai 2023, <http://www.ffbb.com/ffbb/la-ffbb-bat-son-record-de-licencies> [consulté le 21 août 2023]

**226.** « Nouveau record de licenciés pour la FFvolley », *FFVB*, mis en ligne le 8 avril 2023, <http://ffvb.org/index.php?mduseid=Mw%3D%3D&dsgtypid=37&page=actu&actid=NjkyMg%3D%3D> [consulté le 12 août 2023]



# Bibliographie

## Ouvrages et revues

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

BOUISSOU, Jean-Marie, *Mangas. Histoire et univers de la bande dessinée japonaise*, Arles, Éditions Picquier, 2021, 415 pages.

DESFONTAINE, Pierrick, « Le manga de sport, un genre à part entière », *Les Cahiers de la BD*, 2023/08 (N°23), p. 109-121.

LAFFAGE-COSNIER, Sébastien, VIVIER Christian, FUCHS Julien, « Introduction. La bande dessinée, miroir ou moteur des activités physiques des jeunes ? », *Agora débats/jeunesses*, 2018/1 (N° 78), p. 41-50.

POUPÉE, Karyn, *Histoire du manga. L'école de la vie japonaise*. Paris, Tallandier, Collection « Histoire de... », 2014, 400 pages.

SUVILAY, Bounthavy, « Le manga de sport comme récit de formation pour la jeunesse au Japon », *Agora débats/jeunesses*, 2018/1 (N°78), p. 125-141.

SUVILAY, Bounthavy, *Le Sport anime !*, Ynnis éditions, 2021, 123 pages.

## Documents et comptes-rendus

CNL, « Les français et la BD » (enquête), *CNL*, 2020, <https://centrenationaldulivre.fr/donnees-cles/les-francais-et-la-bd> [consulté le 3 février 2022].

CROUTTE, Patricia, & MÜLLER, Jörg, « Baromètre national des pratiques sportives 2020 » (Notes et rapport), *INJEP*, mars 2021, <https://injep.fr/publication/barometre-national-des-pratiques-sportives-2020/> [consulté le 6 juin 2022].

Eurobarometer on Sport and Physical Activity, *Mémo, Commission Européenne*, Bruxelles, mars 2014.

« Plus rien n'arrête la BD », Bilan France 2021, Données GfK Market Intelligence, en partenariat avec le FiBD, 27 janvier 2022 : [https://www.livreshebdo.fr/sites/default/files/2022-01/DOSSIER\\_PRESSE\\_GfK\\_FIBD\\_bilan\\_BD\\_2021.pdf](https://www.livreshebdo.fr/sites/default/files/2022-01/DOSSIER_PRESSE_GfK_FIBD_bilan_BD_2021.pdf) [consulté le 5 mai 2022].

## **Articles de presse**

BR., C., « Mondial 2022 : c'est quoi le projet "Blue Lock", qui agite Twitter après les victoires du Japon ? », *La Voix du Nord*, modifié le 5 décembre 2022 : <https://www.lavoixdunord.fr/1261592/article/2022-12-02/mondial-2022-c-est-quoi-le-projet-blue-lock-qui-agite-twitter-apres-les> [consulté le 4 décembre 2022]

CROQUET, Pauline, « Le phénomène "Slam Dunk", du manga au grand écran », *Le Monde*, mis à jour le 29 juillet 2023 : [https://www.lemonde.fr/pixels/article/2023/07/26/le-phenomene-slam-dunk-du-manga-au-grand-ecran\\_6183504\\_4408996.html](https://www.lemonde.fr/pixels/article/2023/07/26/le-phenomene-slam-dunk-du-manga-au-grand-ecran_6183504_4408996.html) [consulté le 3 août 2023]

FARIBEAULT, François, « C'est quoi cette histoire de projet Blue Lock qui doit permettre au Japon de remporter la Coupe du monde ? », *Konbini*, publié le 24 novembre 2022 : <https://www.konbini.com/sports/cest-quoi-cette-histoire-de-projet-blue-lock-qui-doit-permettre-au-japon-de-remporter-la-coupe-du-monde/> [consulté le 4 décembre 2022]

LACHASSE, Jérôme, & RANGIN, Magali, « Le pass Culture est-il en train de se transformer en "pass manga" ? », mis en ligne le 9 juin 2021, *BFMTV*, [https://www.bfmtv.com/people/bandes-dessinees/le-pass-culture-est-il-en-train-de-se-transformer-en-pass-manga\\_AN-202106090120.html](https://www.bfmtv.com/people/bandes-dessinees/le-pass-culture-est-il-en-train-de-se-transformer-en-pass-manga_AN-202106090120.html) [consulté le 19 février 2022]

LACHASSE, Jérôme, « Mondial 2022: pourquoi tout le monde parle du manga "Blue Lock", après la victoire du Japon sur l'Allemagne ? » *BFMTV*, publié le 24 novembre 2022, [https://www.bfmtv.com/people/bandes-dessinees/mondial-2022-pourquoi-tout-le-monde-parle-du-manga-blue-lock-apres-la-victoire-du-japon-sur-l-allemande\\_AN-202211240566.html](https://www.bfmtv.com/people/bandes-dessinees/mondial-2022-pourquoi-tout-le-monde-parle-du-manga-blue-lock-apres-la-victoire-du-japon-sur-l-allemande_AN-202211240566.html) [consulté le 4 décembre 2022]

LEGUELTEL, Philippe, « Le pass Culture fait exploser les ventes de mangas », mis en ligne le 5 novembre 2021, *Les Échos*, <https://www.lesechos.fr/pme-regions/normandie/le-pass-culture-fait-exploser-les-ventes-de-mangas-1361497> [consulté le 19 février 2022]

TOUZANI, Samir, « Une bande dessinée sur deux vendues en France est un manga », mis à jour le 20 septembre 2021, *Les Échos*, <https://www.lesechos.fr/tech-medias/medias/une-bande-dessinee-sur-deux-vendues-en-france-est-un-manga-1347303> [consulté le 5 mai 2022]

WOITIER, Chloé, « Le pass Culture entraîne une ruée vers les mangas », mis à jour le 11 juin 2021, *Le Figaro*, <https://www.lefigaro.fr/medias/le-pass-culture-entraîne-une-ruée-vers-les-mangas-20210610> [consulté le 19 février 2022]

« Pass Culture ou Pass Manga : Pour 300 euros, vous achetez quoi comme mangas ? », mis en ligne le 7 juin 2021, *20minutes*, <https://www.20minutes.fr/arts-stars/culture/3056103->

20210607-pass-culture-pass-manga-300-euros-achetez-quoi-comme-mangas, [consulté le 19 février 2022]

## **Autres articles**

Delora, « Blue Lock devient réel lors de la Coupe du Monde 2022 », *Superpouvoir.com*, publié le 25 novembre 2022 : <https://www.superpouvoir.com/blue-lock-devient-reel-lors-de-la-coupe-du-monde-2022/> [consulté le 4 décembre 2022]

JeromeJoffard, « Qu'est-ce que Blue Lock, le manga dont tout le monde parle après la victoire du Japon à la Coupe du Monde ? », *Jeux vidéo*, publié le 23 novembre 2022 : <https://www.jeuxvideo.com/news/1675399/qu-est-ce-que-blue-lock-le-manga-dont-tout-le-monde-parle-apres-la-victoire-du-japon-a-la-coupe-du-monde.htm> [consulté le 4 décembre 2022]

PINEDA, Rafael Antonio, « Haikyû !! manga to top 50 million copies in circulation », *Anime News Network*, mis en ligne le 2 novembre 2020, <https://www.animenewsnetwork.com/news/2020-11-02/haikyû-manga-to-top-50-million-copies-in-circulation/.165843?ann-edition=us> [consulté le 24 août 2023]

« Eiga Slam Dunk (2022) », *The Numbers*, [https://www.the-numbers.com/movie/Eiga-Slam-Dunk-\(2022-Japan\)#tab=international](https://www.the-numbers.com/movie/Eiga-Slam-Dunk-(2022-Japan)#tab=international) [consulté le 3 août 2023].

« La FFBB bat son record de licenciés », *FFBB*, mis en ligne le 2 mai 2023, <http://www.ffbb.com/ffbb/la-ffbb-bat-son-record-de-licencies> [consulté le 21 août 2023]

« Le budget et les chiffres clés », *FFF*, <https://www.fff.fr/80-le-budget-et-les-chiffres-cles.html> [consulté le 21 août 2013]

« Nouveau record de licenciés pour la FFVolley », *FFVB*, mis en ligne le 8 avril 2023, <http://ffvb.org/index.php?mduuseid=Mw%3D%3D&dsgtypid=37&page=actu&actid=NjkyMg%3D%3D> [consulté le 12 août 2023]

## **Bande dessinées**

FUJIMAKI, Tadatoshi, *Kuroko's basket*, Tome 8, Kazé, 2012.

FURUDATE, Haruichi, *Haikyû !!*, Kazé, 2014-2022, 45 tomes.

INOUE, Takehiko, *Slam Dunk (Star Édition)*, Tome 4, Kana, 2019.

KISHIMOTO, Masashi, *Naruto*, Tome 37, Kana, 2008.

MORIKAWA, George, *Hajime no Ippo*, Tome 102 (Saison 5, Tome 14), Kurokawa, 2018.

THOMPSON, Kelly et CASAGRANDE, Elena, *Black Widow*, Tome 1 - Des liens indéfectibles, Panini Comics, 2020.

### **Vidéos Youtube**

Romance Agence, « Decathlon | Le sport rend le monde meilleur. », *Youtube*, mis en ligne le 16 avril 2021 : <https://youtu.be/XAupmtaGnEY> [consulté le 10 août 2023]

Tom Crimmins, « Nike : Find Your Greatness », *Youtube*, mis en ligne le 18 août 2012 : <https://www.youtube.com/watch?v=WYP9AGtLvRg> [consulté le 10 août 2023]

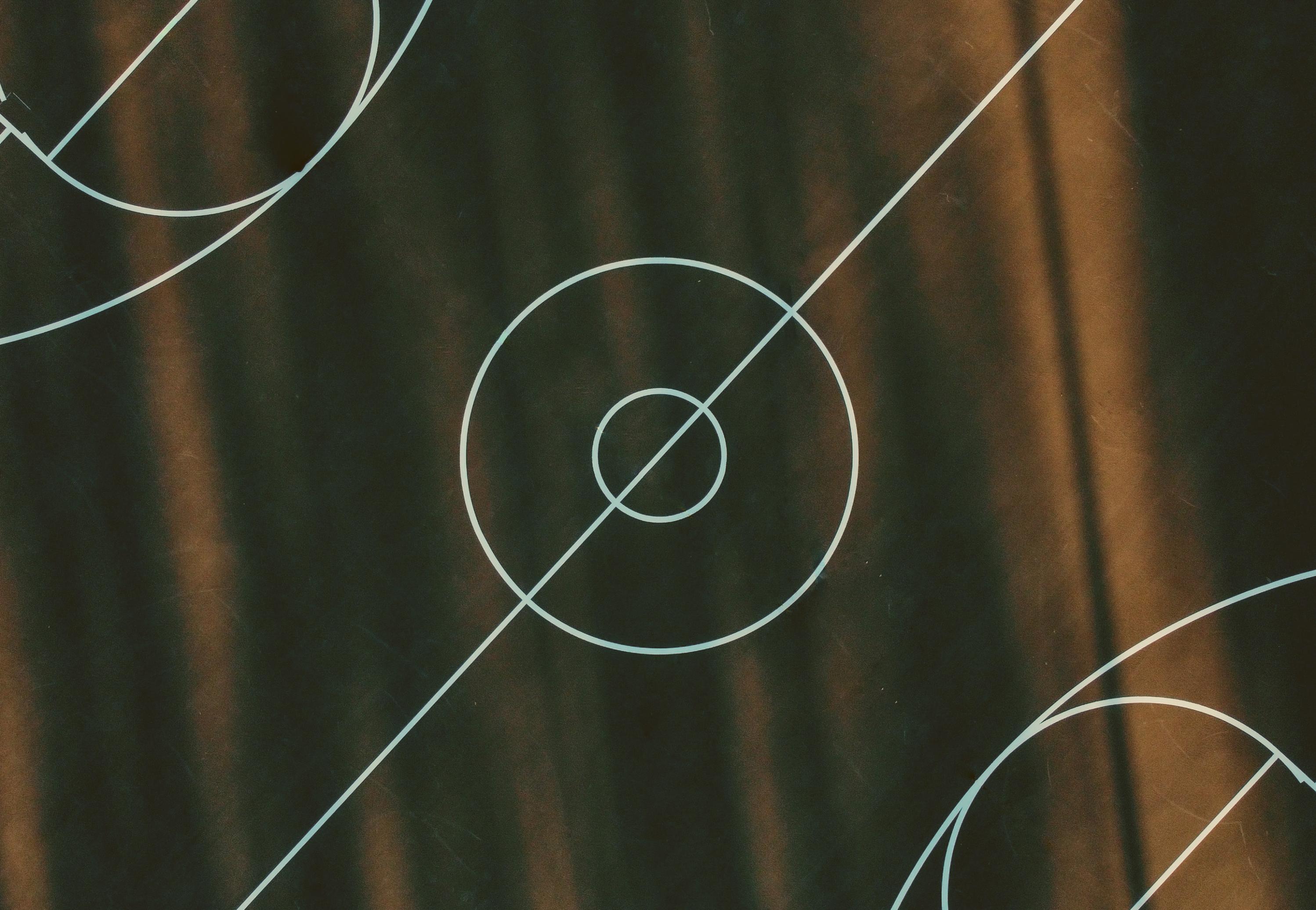
Mangas & Sport

Supokon : simples divertissements ou outils au service de la pratique sportive ?

Mémoire de master

Sous la direction de Sylvain Aquatias  
Métiers du livre et de l'édition 2021 - 2023

Département des Sciences du langage de l'information et de la communication  
Faculté des lettres et des sciences humaines  
Université de Limoges



Dans le cadre de mon master, j'ai décidé de concentrer mon mémoire sur les mangas de sport. Appelés « *supokon* » au Japon, le manga de sport est un genre à part entière, avec ses propres caractéristiques, et ses propres dynamiques avec le monde réel.

Étant moi-même sportive et lectrice de *supokon*, la relation que ceux-ci peuvent avoir avec le monde sportif m'intéresse énormément, et depuis que j'ai senti ma motivation pour le basketball décupler après ma lecture de *Kuroko's basket*, je me suis toujours demandée si j'étais un cas isolé, ou bien le reflet d'une tendance.



C'est dans ce mémoire que je vais répondre à cette question. Pour ce faire, je vais analyser les réponses de joueurs de basketball, de football et de volleyball, à un questionnaire distribué par mes soins.

Les *supokon* sont-ils de simples divertissements, ou bien des outils au service de la pratique sportive ? Ouvrez ce livre, et trouvez la réponse...

# Mangas

*Supokon : simples divertissements ou outils au service de la pratique sportive ?*

# & Sport

Laetitia Antonelli