



Les « cafés mangas » :

→ UNE CONCURRENCE RICHE D'ENSEIGNEMENTS

NICOLAS BEUDON

Bibliothèque publique d'information
nicolas.beudon@bpi.fr

Conservateur des bibliothèques,
Nicolas Beudon a rejoint en 2011 la
Bibliothèque publique d'information.

Le décrochage des jeunes lecteurs et leur désertion des bibliothèques sont des éléments récurrents du discours professionnel. Pourtant, ces publics présentent un intérêt marqué pour des documents que l'on retrouve fréquemment dans les médiathèques, comme les mangas. Bien entendu, le lectorat des mangas est loin de se limiter aux adolescents ou aux enfants, mais le manga appartient à ces formes de culture populaire dont les jeunes générations sont particulièrement friandes. Par rapport aux jeux vidéo ou aux séries télévisées, les mangas présentent un intérêt particulier : depuis un certain temps, une véritable concurrence se développe et capte les lecteurs qui ne trouvent pas leur compte dans la lecture publique. Il s'agit des cafés mangas, originaires du Japon, mais aussi des rayons spécialisés de certaines grandes chaînes de librairies, comme les « Espaces Passion Manga » de la Fnac.

Pour les bibliothèques, ces offres alternatives constituent un élément de comparaison particulièrement instructif. Leur intérêt et leur succès passent certes par la constitution d'un fonds, mais l'attention portée aux spécificités du « format » manga est bien plus cruciale : il ne suffit pas de mettre des mangas en rayon pour leur faire une place, encore faut-il avoir pris la mesure des habitudes de lecture, du paysage mental, du rapport à la culture qu'ils supposent et qu'ils impliquent.

Les cafés mangas, une alternative à la lecture publique ?

Lire debout : la pratique du « yomitachi »

Le lecteur de manga typique est en effet bien éloigné des schémas culturels traditionnellement admis en bibliothèque. Il suffit de passer un samedi après-midi dans une grande surface culturelle : d'ordinaire, le rayon manga est cerné par une foule de jeunes lecteurs dévorant un volume, assis en travers des allées ou adossés aux rayonnages. La bibliothèque municipale ? Ils n'y pensent même pas : les derniers numéros de leur série préférée ne s'y trouveront pas avant longtemps. Et puis il faut être inscrit, il faudra réserver. C'est long et compliqué, surtout pour un manga lu en une vingtaine de minutes. Ici, il y a le rayon DVD, des jeux vidéo en démonstration, et la galerie commerciale voisine pour se changer les idées... Ce phénomène de lecture sauvage n'est pas tout à fait nouveau, mais les choses se sont incontestablement accélérées avec le succès colossal des mangas en France¹. À tel point qu'à la Fnac du Forum des Halles à Paris, des recommandations sont maintenant affichées sur les rayons : « *Lecture libre. Une seule règle : 1 manga à la fois.* »

Beaucoup de lecteurs de mangas l'ignorent probablement, mais cette manière de lire sur place a un nom. En japonais, on parle de *yomitachi* (ou

1. La France est le deuxième marché mondial du manga. En 2011, les « séries asiatiques » représentent près de 38,9 % des nouveautés en bande dessinée (Gilles Ratier, *Bilan 2011 de l'ACBD*. En ligne : www.acbd.fr).

tachiyomi) pour désigner «*la lecture debout, traditionnellement tolérée dans les librairies japonaises*²». Bien sûr, on flâne aussi dans les librairies ailleurs dans le monde, mais il s'agit là d'une pratique qui se distingue par son intensité, son caractère quasi institutionnalisé. Le fait qu'un mot particulier existe en japonais suggère à lui seul une spécificité culturelle que l'on ne retrouve guère dans nos contrées... à l'exception de ce fameux rayon manga, où les lecteurs ont spontanément reproduit un comportement issu d'une aire culturelle lointaine.

Du «mangakissa» au café manga

Si la pratique du *yomitachi* est largement répandue à titre gracieux au Japon, il existe également des lieux comme les *mangakissa* (les «cafés mangas») où l'on paie pour lire. Il s'agit d'établissements à mi-chemin du cybercafé et du snack, de la librairie et de la bibliothèque, qui sont nés à la fin des années soixante-dix, mais qui ont connu leur véritable boom dans les années quatre-vingt-dix. En 2009, on en recense 3350, dont 300 à Tokyo. Des chaînes comme *Gira Gira* ou *Manboo* proposent des fonds gigantesques de 20 000 à 30 000 mangas. La lecture est facturée à la durée (il n'y a pas de prêt), cinq heures de consultation reviennent environ à une dizaine d'euros. Outre les livres, on y trouve également des box individuels ou des canapés, des boissons à volonté, des accès internet, la possibilité de jouer à des jeux vidéo, et même des douches! Les cafés mangas ne sont pas seulement des lieux pittoresques et attachants mais aussi le refuge de toute une frange de la jeunesse japonaise. Ouverts 24 h/24, ils sont squattés par les «freeters» (les travailleurs précaires) et les jeunes arrivés de la campagne qui n'ont pas les moyens de se payer un logement décent.

Les cafés mangas français sont beaucoup plus bon enfant. Ils ont fait leur apparition au début des années

2000. Le réseau des *BD Fugue Cafés*, qui adosse un café à ses librairies, surfe sur une tendance comparable, mais sa philosophie est en fait plus proche de celle des cafés-librairies (la lecture n'y est pas payante). Globalement, les cafés français sont d'avantage centrés sur le livre que leur polyvalent modèle japonais. Benjamin Colette (le gérant du Tokyo Café, à Toulouse) évoque sa réticence initiale vis-à-vis des boissons à volonté : «*Je tenais absolument à respecter le concept original et j'ai eu peur des abus.*» À l'heure actuelle, il n'a pas encore osé mettre en place une offre de jeu vidéo sur console «à cause de la législation française³».

Dans la vingtaine d'établissements français qu'on peut dénombrer, le prix de la première heure de lecture varie entre 2 et 4 euros. Les collections comprennent souvent 3 000 à 5 000 ouvrages. Avec plus de 10 000 volumes, le Manga Café parisien se veut la bibliothèque de mangas «*la plus grande et la plus complète existante en France*⁴». En plus de la lecture sur place, le service inclut parfois une offre de restauration, la vente de produits dérivés, des jeux vidéo en libre accès et diverses animations (soirées cosplay ou karaoké, tournois de jeux vidéo, dédicaces). En revanche, les techniques bibliothéconomiques les plus élémentaires sont largement ignorées : les ouvrages, pourtant fragiles, ne sont pas renforcés. Ils n'ont pas de cote. Une borne Manga Sanctuary peut éventuellement constituer un embryon de catalogue (il s'agit d'une base de données de mangas, qui permet la gestion d'une collection et la rédaction de critiques).

Les cafés mangas sont souvent portés par de très jeunes entrepreneurs, âgés de 20 à 30 ans. S'ils suscitent l'enthousiasme parmi les lecteurs, leur succès économique est encore aléatoire. Les cafés-librairies dégagent jusqu'à 80 % de leur chiffre d'affaires de l'activité de restauration,

or celle-ci reste marginale dans un café manga⁵. Beaucoup de boutiques ferment donc après un an ou deux d'activité.

Cafés mangas et bibliothèques

Au Japon, les cafés mangas forment pour ainsi dire un réseau parallèle qui pallie les insuffisances des bibliothèques. En 1975, Nihon Bunka Kenkyujo observait déjà que «*l'un des facteurs encourageant l'achat de livres et le tachiyomi est l'existence d'un réseau de bibliothèques relativement sous-développé et manquant de visibilité. La culture japonaise est tournée vers les mots, pas vers les bibliothèques*⁶». On est loin d'en être là en France. Mais, si le nombre de cafés mangas est encore limité, la concurrence des grandes surfaces culturelles et de certaines librairies, qui se muent en véritables bibliothèques sauvages, semble bien réelle. Certes, ces offres correspondent à un marché de niche étroit et elles ont une visée essentiellement commerciale. Cependant, elles méritent qu'on se penche sur leurs partis pris. Les cafés mangas (et d'autres lieux apparentés : librairies spécialisées, festivals et conventions...) ont beaucoup de choses à nous apprendre car, pensés par et pour des lecteurs, ils ont une pleine intelligence des spécificités du format et de la culture mangas.

Format et culture mangas en bibliothèque

Un média de flux

On peut définir le manga comme une bande dessinée japonaise, à la narration dynamique, publiée sous la forme de séries-fleuves qui paraissent au rythme d'une trentaine de pages par semaine. Le manga s'inscrit donc

2. Jean-Marie Bouissou, *Manga. Histoire et univers de la bande dessinée japonaise*, Picquier, 2010.

3. «Rendez-vous au Tokyo Café», *Anime Kun*, 2 septembre 2009. En ligne : www.anime-kun.net/webzine/article-tokyo-cafe-voyage-au-coeur-d-un-manga-kissa-378.html

4. «Présentation», sur le site du Manga Café : <http://mangacafe.fr/presentation.php>

5. Virginie Trin, «Cafés-librairies : un concept à réinventer», *Culture Art Rennes*, En ligne : <http://cultureartrennes.wordpress.com/2011/02/11/cafes-librairies-un-concept-a-re-inventer>

6. Nihon Bunka Kenkyujo, *A Hundred things japanese*, volume I, Japan Culture Institute, 1975, p. 175.

dans une logique de flux, comme les feuillets du XIX^e siècle ou les séries télé. Au Japon, les lecteurs s'alimentent en contenus frais grâce à un système de prépublication dans des magazines. Les séries les plus populaires sont ensuite rééditées en volumes individuels. En France, nous connaissons essentiellement cette étape finale de la chaîne éditoriale japonaise.

Pour les lecteurs qui suivent une série, l'essentiel est d'avoir accès au flux éditorial. La possession ou l'acte d'achat sont finalement secondaires, d'où le succès du *yomitachi*. L'analogie avec les séries télé mérite d'être développée. Pour le téléspectateur aussi, il importe avant tout de visionner de nouveaux épisodes au fur et à mesure de leur diffusion, l'achat d'un coffret étant réservé au fan ou au spectateur convaincu. Le parallèle s'étend jusqu'au phénomène du piratage : les séries américaines sont en effet largement diffusées illégalement. Des équipes de « fansub » parfaitement rodées mettent immédiatement en ligne les nouveaux épisodes, réalisant eux-mêmes les sous-titres. De la même manière, les mangas les plus populaires sont repérés par des *teams* de « scantrad » qui numérisent les planches, les retouchent en traduisant le texte japonais, puis les mettent en ligne au fur et à mesure de leur parution⁷.

Mangas et lecture sur place

Si on cherche des équivalents avec d'autres supports imprimés, la lecture de mangas est très proche de celle de la presse. Dans les deux cas, il est impératif de suivre étroitement l'actualité éditoriale (le Manga Café va jusqu'à proposer, en partenariat avec les éditeurs, des lectures en avant-

première). Comme dans un fonds de presse, des lacunes dans une collection de mangas sont fortement dommageables. Or, les bibliothèques disposent souvent de séries très incomplètes, soit parce que les ouvrages sont prêtés, soit parce qu'on se limite volontairement à quelques numéros d'une longue série. Spontanément, les bibliothécaires se tournent vers des séries courtes ou des *one-shot*. Comme le souligne Anne Baudot, ces mangas d'auteur, proches du roman graphique, présentent un grand intérêt mais « se cantonner à la notion d'auteur ne rendra pas justice à ce qu'est réellement le manga dans sa diversité [...] On ne s'adresse pas du tout au public majoritaire des mangas, et [...] on ne le touchera pas en ne proposant que ce type d'œuvres⁸ ».

Une stratégie inspirée des cafés mangas, qui raisonne en termes de séries, qui suit de près l'actualité éditoriale, qui exclut le prêt et mise donc sur la consultation sur place, est non seulement cohérente, mais elle offre un atout supplémentaire pour positionner une bibliothèque comme « troisième lieu », un espace de vie convivial, qui se distingue à la fois du foyer familial et du lieu de travail⁹. Dans les Fnac, ce n'est pas un hasard si la tolérance plus grande vis-à-vis des lecteurs de mangas s'est accompagnée de la généralisation d'un service de restauration (« Fnac cafés »). On mise sur ces clients qui n'achètent pas forcément mais sont demandeurs de services. Valoriser la lecture sur place peut être l'occasion de mettre en scène de façon ludique les collections : à Bordeaux, le Manga'K a ainsi tiré parti d'une superficie réduite pour reconstituer une rame de métro japonais.

Un imaginaire transmédia

Dans un café manga, les écrans sont aussi présents que le papier. Dans de nombreuses Fnac, le rayon manga n'est plus adossé aux livres, mais aux DVD et aux jeux vidéo. De fait, le manga entretient une affinité profonde avec l'audiovisuel. Ses codes graphiques empruntent largement au cinéma et à la télévision. De façon plus générale, les mangas appartiennent souvent à de vastes franchises multimédias, conçues dans le cadre de stratégies intégrées parfois nommées « media mix ». Henry Jenkins utilise le terme de « transmédia » pour désigner ces récits qui se déploient à travers plusieurs supports complémentaires : « Une histoire peut être introduite dans un film, développée par le biais de la télévision, des romans ou des bandes dessinées ; son monde peut être exploré à travers le jeu ou expérimenté dans un parc d'attractions¹⁰. »

Dans l'ensemble de ce dispositif, l'imprimé n'est qu'un maillon parmi d'autres. La collection « Glénat Roman », lancée en 2011, se consacre ainsi aux romans qui ont été adaptés en mangas ou en *anime*, mais aussi à ceux qui sont issus de mangas ou d'*anime*. Aux médias traditionnels, il faut ajouter tous les supports possibles du merchandising : figurines, vêtements, cartes à jouer... Pour Jean-Marie Bouissou, ces franchises constituent « l'un des fleurons des industries de contenu, devenues officiellement un pilier de l'économie japonaise restructurée après sa longue crise¹¹ ». Les Pokémon sont ainsi considérés comme « le plus grand succès de l'histoire des licences de divertissement avec, entre 1996 et 2002, 17 milliards \$ [de profit]¹² ».

Ce mélange des genres entre des logiques économiques et éditoriales

7. Des propos alarmistes évoquent une véritable « épidémie de scantrad » (*Livres Hebdo*, n° 772, 10 avril 2009). Le MOTif mentionne l'importance du scantrad sans le quantifier : il passe en effet par le stockage en ligne plutôt que par les réseaux *peer to peer*, plus aisément observables. Mathias Daval/Le MOTif, *Ebookz – Étude sur l'offre illégale des livres français sur Internet en 2009*, octobre 2009, p. 45. En ligne : <http://lemotif.fr/fr/je-motif/elabz-/bdd/article/1093>

8. Anne Baudot, *Les « mauvais genres » dans les bibliothèques publiques : l'exemple du manga*, mémoire d'étude Enssib, 2009, p. 32. En ligne : <http://www.enssib.fr/bibliotheque-numerique/document-2039>

9. Mathilde Servet, « Les bibliothèques troisième lieu : une nouvelle génération d'établissements culturels », *BBF*, 2010, n° 4, p. 57-66. En ligne : <http://bbf.enssib.fr/consulter/bbf-2010-04-0057-001>

10. Henry Jenkins, *Convergence Culture : Where Old and New Media Collide*, New-York University Press, 2008.

11. Jean-Marie Bouissou, « Le Manga », Jean-Marie Bouissou (dir.), *Le Japon contemporain*, Fayard-Ceri, 2007, p. 450.

12. Myriam Bahuaud, « Les stratégies des droits dérivés : entre logiques publique et commerciale », Dixième Colloque bilatéral franco-roumain/CIFSIC, Bucarest, 28 juin-2 juillet 2003. En ligne : http://archivesic.ccsd.cnrs.fr/sic_00000612/en

peut susciter tour à tour inquiétude ou exaspération. Pour apprécier pleinement le phénomène, il convient toutefois de dépasser cette première impression. En fait, les notions prosaïques de franchise et de *media mix* peuvent être rattachées à l'idée esthétique plus noble de «sous-crédation». Il s'agit d'un concept et d'un mot d'ordre défini par J.R.R. Tolkien en 1939. Pour l'auteur du *Seigneur des Anneaux*, un artiste est avant tout un faiseur d'univers : avant d'écrire des histoires, un conteur est un «sous-crédateur [...] Il fabrique un Monde Secondaire dans lequel l'esprit peut entrer¹³». Les idées de Tolkien ont prospéré, au point d'être largement majoritaires aujourd'hui dans certains domaines de création. Les industries culturelles ont commencé à se les approprier massivement au tournant des années quatre-vingt¹⁴. C'est parce que de larges pans de la culture populaire sont aujourd'hui consacrés à la création de mythologies et d'univers qui se déploient dans des œuvres et sur des supports variés, que la logique commerciale du *media mix* a un sens, au-delà de la pure stratégie marchande. «*De plus en plus, observe H. Jenkins, l'art du récit est devenu un art de construire des Mondes*¹⁵.»

Des fonds multisupports et transversaux

Sans tomber dans les excès du merchandising, un fonds manga en bibliothèque pourrait inclure, comme c'est le cas dans la plupart des boutiques spécialisées, des objets (sérigraphies, figurines) et des jeux (jeux de cartes, jeux de rôles, jeux vidéo). Ce serait l'occasion de renouer avec l'idée ancestrale du cabinet de curiosité, et de réactualiser celles plus récentes d'artothèque et de ludothèque. Il se-

rait logique que les déclinaisons multimédias d'une même licence (sous forme de livre, de film, de jeu) soient accessibles sur un même rayonnage. Leur catalogage pourrait inclure une rubrique mentionnant le monde imaginaire auquel elles se rattachent (ce qui est loin d'être incompatible avec les orientations du modèle FRBR¹⁶).

À partir d'un paysage mental très éloigné de celui des bibliothèques, on est ramené vers les préoccupations les plus actuelles de la profession. Les mangas nous poussent en effet à raisonner en termes de contenu (de «mondes») plutôt que de supports. Or, c'est le principe même de la départementalisation, qui séduit un nombre croissant de bibliothèques : «*Il s'agit [...] de rompre avec la stratification des bibliothèques selon les médias, qui juxtapose des secteurs en fonction du type de documents (livres d'un côté, salle de périodiques de l'autre, discothèque et vidéothèque, logithèque, etc.)*¹⁷.»

Le caractère «transversal» des mangas se manifeste également dans de riches possibilités de croisements thématiques. On peut imaginer de nombreuses connexions avec d'autres domaines, et en premier lieu avec les cultures asiatiques. La Fnac propose ainsi sur son espace Manga un *corner* dédié au Japon (disques de J-Pop, ouvrages culturels...). À nouveau, il faut nuancer une idée reçue concernant les industries culturelles, que l'on soupçonne souvent de standardiser les goûts au profit d'une culture globale fade et uniforme. En effet, les mangas sont à la fois un produit global et une spécificité japonaise. Pour Shin'ichiro Inouye, le président de la maison d'édition Kadokawa, la culture japonaise «*cherche à se développer sur des marchés internationaux, mais en même temps [...] elle est très identitaire et restera toujours profondément japonaise [...] le*

*Japon est cool en restant lui-même, c'est-à-dire très japonais*¹⁸».

Des communautés créatives

Être face à une œuvre et explorer un monde sont deux choses bien distinctes. Le second cas de figure suppose un rapport bien moins révérencieux à un auteur, et passe par d'autres formes d'appropriation. Un roman, un film, appartiennent à une forme relativement linéaire et close sur elle-même. À l'inverse, un univers comme celui de *Star Wars* ou d'*Evangelion* présente un caractère bien plus dynamique, ouvert et incomplet. Le lecteur est placé d'emblée en position de co-créateur potentiel, il est naturellement sommé d'apporter sa pierre à l'histoire en imaginant lui-même ses prolongements, ou en construisant ses propres théories pour combler ses béances.

Le manga s'appuie de surcroît sur un dessin codifié, sur des schémas narratifs modulaires et récurrents, qui se prêtent particulièrement à une appropriation créative : copie, hommage ou parodie. On appelle *doujinshi* ces productions amateurs distribuées lors de festivals, et qui sont parfois d'une qualité professionnelle. Les éditeurs eux-mêmes publient des dessins de leurs lecteurs sur leurs sites ou à la fin de certains volumes. La soif de créer de ces derniers est telle que les méthodes de dessin «manga» sont devenues un créneau éditorial à part entière, tout comme les *artbooks* et les *making of*. À la Fnac des Halles, l'espace Manga est bâti autour d'une table à dessin qui sert de support à plusieurs ateliers créatifs : «*Les graphistes en herbe pourront apprendre la technique mangaka à partir d'un écran placé sur la table, expliquant les différentes étapes du dessin ; des étudiants en art graphique viendront donner des cours particuliers de dessin*¹⁹.»

13. John Romuald Reuel Tolkien, *Faërie et autres textes*, Christian Bourgois, 2003, p. 95.

14. Pour Peter Biskind, c'est *Star Wars* qui «*inaugure l'ère du merchandising et celle des produits dérivés, quasi inexistantes jusqu'alors. Les studios se rendent compte que les livres, les t-shirts, les poupées pouvaient être une source de profit presque aussi importante que les recettes du film*» (Peter Biskind, *Le Nouvel Hollywood*, Le Cherche Midi, 2006, p. 493).

15. Henry Jenkins, *op. cit.*

16. Functional Requirements for Bibliographic Records : www.bnf.fr/fr/professionnels/modelisation.../a.modele_FRBR.html

17. Anne-Christine Collet, «*La réorganisation en départements thématiques*», *Bulletin d'informations de l'ABF*, n° 170, 1996, p. 9.

En ligne : www.enssib.fr/bibliotheque-numerique/revues/afficher.44750

18. Cité par Frédéric Martel dans *Mainstream : enquête sur cette culture qui plaît à tout le monde*, Paris, Flammarion, 2010, p. 258.

19. Dossier de presse «*La Fnac lance les Espaces Passion*», novembre 2009, p. 15. En ligne : www.fnac.com/Magazine/espace_presse/dp_pdf/DPEspacesPassionDEF.pdf

Le clou d'un festival est souvent un concours ou un défilé de *cosplay*, une pratique voisine du dessin amateur (*fanart*), qui consiste à reproduire les vêtements d'un personnage et à s'en revêtir. Dans un cas comme dans l'autre, on est en fait face à une explosion des pratiques amateurs, qui se cristallise autour du manga mais qui va bien au-delà. Du côté de l'écrit, on pourrait mentionner les *fanfictions* (des récits de fans mettant en scène des personnages préexistants, que l'on s'échange sur les réseaux) mais aussi les encyclopédies collaboratives, lorsqu'elles se consacrent à la cartographie minutieuse d'un monde imaginaire²⁰.

Ces pratiques amateurs sont profondément communautaires : les réseaux sociaux forment pour les fans un espace de création et de partage sans pareil²¹. Elles font éclater l'idée d'un récepteur passif, à la merci des médias de masse. Pour H. Jenkins, les *fanfictions* sont même un moyen « de réparer les dégâts commis dans un système où les mythes contemporains sont la propriété des entreprises au lieu d'être celle des gens²² ». Les communautés de fans sortent régulièrement gagnantes des bras de fer qui les opposent aux détenteurs de droits. Au Japon, la pratique massive du *doujinshi* a ainsi imposé une suspension dans la pratique des réglementations sur la propriété intellectuelle²³.

Fanart, *cosplay*, *fanfictions*, et même *scantrad* et *fansub* : il y a dans ces pratiques largement ignorées des institutions culturelles une énergie avec laquelle les bibliothèques gagneraient à pactiser. D'autant plus que les pratiques amateurs sont loin de leur être étrangères : elles ont d'ores et déjà à leur disposition un large panel

d'outils qui mettent l'utilisateur en position d'acteur et de producteur (ateliers d'écriture ou de dessin, ateliers informatiques, cours de langue, clubs de lecture...) Dans le cas d'un contexte local particulièrement dynamique, on pourrait imaginer que des créations amateurs de qualité viennent intégrer la bibliothèque, dans un esprit similaire à la collection de fanzines de bande dessinée des Champs libres à Rennes, ou aux bornes musicales qui permettent aux groupes locaux de déposer librement leurs morceaux dans certaines médiathèques.

Manga et cultures populaires en bibliothèque

Si on peut les considérer comme des concurrents des bibliothèques, les cafés mangas ne sont pas à proprement parler un modèle pour les bibliothèques publiques, dont les visées sont bien plus larges et encyclopédiques. Toutefois, leur exemple nous permet de mieux comprendre les spécificités du manga : un média de flux, qui mobilise un imaginaire transmédia, et qui s'enracine dans des communautés créatives.

Venus du Japon, les mangas appartiennent à un paysage mental qui n'est pas seulement éloigné géographiquement de l'horizon des bibliothécaires. Leur faire une place (ainsi qu'à leurs lecteurs) suppose de s'ouvrir, au moins en partie, à la culture qui les a vus naître et grandir. La force et l'intérêt des cafés mangas sont d'émaner de cette culture populaire, multimédia, qui brouille les frontières entre l'art et le merchandising, et qui laisse la part belle à la créativité et à l'interactivité. Constituer un fonds de mangas en bibliothèque suppose d'intégrer certains de ces paramètres : par exemple en relativisant l'importance du prêt, en se procurant des séries complètes et actualisées, en proposant les déclinaisons multimédias de certaines licences, en organisant des animations favorisant les pratiques amateurs, communautaires et créatives...

Ces observations appellent quelques remarques complémentaires.

D'abord, ce qui est valable pour le manga est sans doute en partie généralisable à d'autres formes de culture contemporaines comme la fantasy, le jeu vidéo ou les séries télé. En ce sens, les mangas constituent une matrice intéressante pour mieux comprendre les cultures populaires dans leur globalité. C'est une richesse car, en dépit d'un attachement réel à la diversité culturelle, les bibliothèques publiques placent trop souvent des obstacles inconscients entre elles et certaines formes de création contemporaines. L'exotisme des cafés mangas ne doit cependant pas nous leurrer, car il n'y a rien dans ce qu'ils proposent et qui est digne d'intérêt qu'on ne sache déjà faire en bibliothèque : sélectionner et constituer des fonds, organiser des espaces de consultation et de rencontre, valoriser des documents, optimiser leur usage et favoriser leur appropriation – c'est le cœur même du métier de bibliothécaire. Les formes de culture les plus actuelles, comme le manga, loin de disqualifier l'institution bibliothèque en tant que telle, sont au contraire une invitation à repenser et à approfondir ces missions fondamentales. ●

Avril 2012

20. Benoît Berthou, « Fiction et forme encyclopédique : wookieepedia, Dragon Ball wiki et Cie », *Strenae*, n° 2, 2011. En ligne : <http://strenae.revues.org/420>

21. Voir par exemple : www.deviantART.com, www.fanfiction.net ou www.fanfictions.fr, www.cosplay-it.com ou www.pixidols.com. Les exemples ne manquent pas.

22. Henry Jenkins, *Textual Poachers: Television Fans and Participatory Culture*, Routledge, 1992.

23. Lawrence Lessig, *Culture libre – Comment les médias utilisent les technologies et la loi pour confisquer la culture et confisquer la créativité*, 2009, p. 16-17. En ligne : www.free-culture.cc