

## LE COMIKET, ROYAUME DES FANZINES

Etienne Barral\*

[www.pobox.com/ ~otakus](http://www.pobox.com/~otakus)

Plantons le décor. À quelques encablures du quartier Ginza, dans cette baie de Tôkyô en constant développement, les environs du Parc des expositions d'Ariake sont littéralement noirs de monde malgré l'heure matinale, ce dimanche d'août. Zoom avant, entrons dans le sanctuaire : des milliers de jeunes, entre 14 et 30 ans. Tous font sagement la queue, qui serpente lentement vers la porte d'entrée.

Certains sont arrivés la veille et ont bivouaqué sur place pour être sûrs d'entrer les premiers. À six heures et demie du matin, tout le quartier était déjà très animé, et ceux qui sont arrivés à neuf heures ont mis quatre heures pour franchir la porte d'entrée.

Malgré sa taille imposante, aussi grand que le Parc des expositions de la porte de Versailles à Paris, le complexe d'Ariake et ses huit immenses halls auront du mal pendant ces trois jours à contenir la foule de 500 000 jeunes qui courent vers leur Terre promise, leur Eldorado dessiné.

Ils sont attendus de pied ferme par les 34 000 dessinateurs exposants, chacun assis derrière la demi-table d'écolier qui lui est allouée. Les unes à côté des autres, alignées comme à la parade, ces tables s'étendent à perte de vue dans chaque hall. C'est autour de ces tables que l'action se déroule.

44... 45... 46..., un petit bouffi tout essoufflé, en sueur, marmonne à voix basse les numéros de table en bousculant son entourage pour se frayer un passage jusqu'à la 47' table de la rangée D. Un coup d'œil sur les albums qui y sont exposés, il en saisit deux d'un air affairé, sort son porte-monnaie : "C'est combien? - 800 yens". À peine payés, les deux albums sont engouffrés dans un immense sac en nylon noir et notre héros anonyme, après avoir coché sur son plan la table D47 qui ne l'intéresse plus, reprend sa lente progression parmi la foule qui obstrue son passage. Quelques tables plus loin, nouvel arrêt. Catastrophe: la revue qu'il convoitait est déjà épuisée. Il n'a pas été assez rapide. Son grand sac noir contient les dizaines de petits albums qu'il a déjà acquis.

Ces albums sont des *dōjinshi*, des fanzines de bandes dessinées réalisées par des amateurs et publiées à compte d'auteur. 20, 30, 50 pages avec pour la plupart une couverture en couleurs. Notre petit bouffi essoufflé avoue disposer d'un budget de 2 000 francs pour faire sa provision de fanzines. D'autres dépensent pour plus de 4 000 francs.

En trois jours, il se vendra 5 millions de fanzines, générant 150 millions de francs de chiffre d'affaires, et 500 000 jeunes seront venus de tout le pays au Parc des expositions d'Ariake pour participer au Comiket.

Au cœur de la culture otaku, le Comiket fait figure d'ancêtre honorable, reconnu par tous comme un pionnier. Lancé en 1975 par quelques fans de mangas, il est devenu au fil des années le rendez-vous bisannuel à ne pas manquer pour tous ceux dont le passe-temps favori est la lecture ou la publication de ces fanzines.

Surnom familier donné au "Comic Market", le Comiket a lieu chaque année en août et en décembre, et réunit pendant trois jours plus de 34 000 "cercles". Un "cercle" est un de ces clubs de dessinateurs amateurs venus de tout le Japon pour présenter à leurs lecteurs, occasionnels ou fidèles, les dernières aventures qu'ils ont imaginées.

Parodies de mangas célèbres, œuvres originales où peuvent s'exprimer frustrations, désirs et fantasmes, certains de ces fanzines s'arrachent en un clin d'œil. On trouve de tout parmi les fanzines, aussi bien des histoires de rockers que des aventures de midinettes, des récits dessinés de la vie des acteurs de cinéma et des brûlots fascistes édités par quelques fâcheux extrémistes infiltrés parmi les jeunes.

Une journée entière ne suffirait pas à faire l'inventaire des œuvres présentées. Le guide de la manifestation, rassemblant tous les exposants en leur accordant à chacun une vignette de 4 centimètres de côté, fait pas moins de 700 pages. Si c'est l'aune à laquelle mesurer l'audience du Comiket, on peut juger du formidable chemin parcouru par ce rassemblement né en 1975 avec, à l'époque, 32 cercles et 700 participants. Aujourd'hui, selon un spécialiste autorisé du genre, la population des amateurs de fanzines est estimée à un million de jeunes.

Comment expliquer cet engouement pour les fanzines ?

"C'est la forme d'expression libre la plus populaire qui soit", rappelle Yonezawa Yoshihiro, fondateur historique du Comiket. "Le manga permet, sans autre matériel que du papier et un crayon, de créer son propre moyen d'expression. Pas besoin de matériel sophistiqué, pas besoin de voyager. L'imaginaire est à la portée de tous. La lecture des albums périodiques

de mangas commerciaux est depuis longtemps déjà le passe-temps favori des Japonais. Il n'est que de voir le tirage hebdomadaire des plus grands périodiques de mangas, dépassant les 6 millions d'exemplaires pour le plus gros titre, pour comprendre que le manga est enraciné dans le quotidien des Japonais. Le Comiket est né du besoin de dépasser les mangas commerciaux, qui s'adressent à la masse, alors que le fanzine est destiné à un petit cercle de lecteurs avec lesquels le dessinateur lie une relation quasi personnelle. Les fanzines permettent à chacun d'exprimer son univers personnel", continue Yonezawa. Plutôt que de refouler leurs pulsions, les jeunes dessinateurs balancent tout sur le papier, en espérant interpeller d'autres amateurs.

À l'origine manifestation strictement non commerciale, le Comiket a récemment été contraint d'ouvrir ses portes aux commerciaux, malgré les réticences de son fondateur. Il faut dire qu'il s'échange au Comiket des sommes à faire pâlir d'envie les industriels et les commerçants, mais ces transactions se font uniquement de la main à la main entre les auteurs et les lecteurs. Même les éditeurs et les magasins spécialisés dans le manga et reconnus comme étant des nids à manga-mania ont longtemps été interdits de stand au Comiket. D'autres manifestations comme le Jaf-Con pour les amateurs de maquettes et de modèles réduits n'ont jamais eu cette intransigeance et acceptent bien volontiers la présence parfois envahissante de stands commerciaux montés pour l'occasion. Au Comiket, l'amateurisme fait force de loi et aucune exception n'était tolérée jusqu'en 1998.

Cette méfiance de Yonezawa et des autres responsables du Comiket, tous bénévoles, envers la puissance commerciale permet de comprendre pourquoi le Comiket occupe une place à part, mais une place d'honneur, dans la galaxie otaku. C'est en définitive la seule manifestation à ne pas trahir les amateurs en les livrant aux appétits féroces des commerçants de tout poil.

Rappelons ici que les excès de la société de consommation sont une des trois raisons principales ayant participé à l'apparition des otaku au Japon. Les jeunes otaku, baignés dans cette société de consommation qui leur vend du rêve en kit, sont les premiers clients (ou les premières victimes) du consumérisme forcené qui régit la société japonaise. Beaucoup choisissent de détourner à leur manière et de tourner éventuellement en ridicule les produits proposés par cette société de consommation.

C'est parce qu'il refuse la compromission avec les marchands du temple que le Comiket est intrinsèquement la plus otakiste des manifestations. Si les otaku s'y sentent si bien, c'est parce qu'ils savent que, pour une fois, personne n'en veut à leur porte-monnaie. Les

sommes dépensées au Comiket, même si elles sont effectivement imposantes, n'iront dans d'autres poches que celles d'amateurs de mangas.

Contrepartie de cette volonté des organisateurs du Comiket d'interdire les lieux aux éditeurs commerciaux, le Comiket ne bénéficie de quasiment aucune couverture médiatique nationale. Alors que n'importe quelle petite manifestation sponsorisée est signalée, voire devient l'objet d'un reportage dans les médias nationaux, le Comiket, qui rassemble pourtant 500 000 jeunes en trois jours, et cela deux fois par an, est pour la grande presse un non-événement. Cela explique pourquoi la plupart des Japonais ignorent même jusqu'à l'existence du Comiket. Un rassemblement, si important et significatif soit-il, mais où ni les industriels ni les commerçants n'ont d'intérêts en jeu, mérite-t-il d'être médiatisé ?

Les seuls reportages significatifs réalisés sur le Comiket le furent lors de l'affaire Miyazaki, qui occasionna la première vague de stigmatisation du phénomène otaku. Quand on apprit que Miyazaki y avait été plusieurs années de suite et avait même participé à la réalisation d'un fanzine, l'ensemble des médias sembla se souvenir tout à coup de l'existence du Comiket et vint filmer ce lieu de perdution où des centaines de milliers de Miyazaki potentiels venaient s'abreuver à la source aux fantasmes. Inutile de préciser que depuis l'amalgame fait à l'époque dans la presse entre Miyazaki le criminel et les amateurs de fanzines qui se pressent au Comiket, les journalistes ne sont pas toujours les bienvenus.

Maisons d'édition et boutiques commerciales ont cependant réussi en 1998 à mettre le pied dans la place.

Suite à une pression de plus en plus insistante des fabricants de jeu et des maisons d'édition pour faire respecter la législation sur les copyrights, les fanzines parodiant les séries à succès se retrouvent sur la sellette. Bien que la plupart des fanzines ne soient édités qu'à quelques centaines d'exemplaires, les détenteurs des droits commerciaux se montrent intraitables. Nintendo a ainsi intenté en janvier 1999 une action en justice contre une jeune femme de 32 ans coupable d'avoir édité et vendu 45 francs au Comiket un fanzine parodiant de façon érotique les héros de la série à succès du moment, les Pocket Monsters. À l'origine jeu pour la console portative Game Boy, les "Pokemon", comme on les surnomme, se sont vendus à 9 millions d'exemplaires en à peine deux ans. Nés en 1996 de l'imagination d'un game-otaku désormais riche et célèbre, la popularité des Pokemon dans les cours de récréation a été à l'origine d'un véritable boom, dont les retombées économiques sont estimées à 20 milliards de francs. *Korokoro Comics*, le magazine de mangas qui diffuse la série, a augmenté son tirage d'un million d'exemplaires par numéro depuis l'apparition des 151 Pocket Monsters et est désormais lu par 23,6 % des enfants de 3 à 12 ans, regardé à la

télé avec un taux d'audience de 60 % parmi ces mêmes enfants. Des licences publicitaires ont été négociées avec plus de 40 sociétés pour un millier de produits différents. Une compagnie d'aviation a même redécoré le fuselage de trois de ses avions avec Pikachû, le héros de la série, et ces appareils ont amélioré leur taux de remplissage de 20 %. Rien d'étonnant donc à ce que les parodies, copies illégales de Pikachû le monstre aux œufs d'or, attirent l'attention des propriétaires des droits. Lorsque le Comiket n'était encore qu'un mouvement underground obscur, personne n'y prêtait attention, mais maintenant que la culture otaku atteint le haut du pavé, elle interfère parfois avec la culture commerciale dont elle est issue. C'est pour tenter de calmer le jeu et apaiser les structures commerciales qui menaçaient de sévir dans le domaine des infractions aux droits réservés que Yonezawa a accepté, en traînant les pieds, de laisser quelques structures commerciales installer leurs stands au Comiket (tout en les reléguant dans les étages, où elles sont peu visibles...).

Retour maintenant au cœur du Comiket : au hasard des tables alignées à perte de vue dans les hangars, l'échantillon de fanzines laisse perplexe. Il y a littéralement de tout : des fanzines à la gloire d'un groupe de rock, d'autres sur l'apogée du cinéma américain, il y a ceux qui réinventent la carrière du coureur automobile Gerhard Berger et ceux qui transforment Humphrey Bogart en héros de dessins animés. Les amateurs de jeux vidéo ont leurs fanzines, les programmeurs informatiques, les amoureux des animaux et les military-mania aussi. Malgré cette apparente diversité, deux genres se dégagent très largement de l'ensemble, les *yaoi* pour les filles et les fanzines érotiques pour les garçons.

Pour tenter de rationaliser un peu ce foisonnement de genres, les organisateurs du Comiket ont séparé *l'évent* en trois journées distinctes. Le premier jour, les fanzines axés sur les jeux vidéo ou sur le show-business sont à l'honneur, avec 60 % de filles. Le deuxième jour, place aux parodies de dessins animés, où là encore les cercles de filles sont majoritaires à 70 %. Les thèmes sont, paradoxalement, "masculins": parodies de bandes dessinées d'aventure ou de sport accommodées au goût féminin et histoires d'amour homosexuel entre hommes, ce qu'on appelle les *yaoi* mangas. Enfin, le troisième jour, les histoires originales font leur apparition, et donc place aux garçons avec des thèmes plus "virils" : Enfin, si l'on veut, car la plupart des héros sont des héroïnes, souvent déshabillées, parfois maltraitées. Ainsi va le monde au comiket.

Dans les fanzines, les héroïnes des dessins animés passant à la télé aux heures de grande écoute sont métamorphosées avec amour en poupées soumises, humiliées, ligotées, tiraillées, pourfendues, violées. Derrière sa demi-table, un dessinateur en herbe contemple avec délectation le regard suppliant et plein de larmes de celle qu'il a lui-même ainsi dessinée; comme si après avoir humilié sa femme de papier, il était en position de la

protéger. Son héroïne, au visage enfantin mais aux formes plus que plantureuses qui débordent d'un uniforme de lycéenne en lambeaux, est enfermée dans un casier personnel de lycée. Elle supplie en pleurant qu'on la détache du long poteau en bois sur lequel elle est "empalée" tandis que ses nattes sont prises dans le porte-sac en haut du casier. Admirez la précision sadique de cette torture.

"C'est ça ta vision idéale de la femme ? lui demandai-je.

- Oui, mais c'est un fantasme, ça n'a rien à voir avec la réalité, précisa-t-il, méfiant envers cet étranger indiscret.

- Elle est aussi mignonne que ça ta copine ?

- J'ai pas de copine.

- Pourtant tu n'as pas l'air mal, tu dois plaire aux filles ? insistai-je.

- Je préfère dessiner...", me répondit-il laconiquement.

Je compris que ce n'était pas la peine d'insister.

Selon Otsuka Eiji<sup>1</sup>, critique de mangas et lui-même ancien rédacteur en chef d'un magazine de mangas érotiques, la majorité des auteurs de mangas érotiques publiant dans des revues commerciales sont avant tout des lecteurs de ces mêmes mangas qui ont pris peu à peu leurs crayons pour exprimer leur propre univers fantasmagorique et ont débuté par des fanzines qu'ils vendaient au Comiket.

Cette manière de se faire la main dans une technique n'est pas unique. Ainsi, beaucoup de réalisateurs de cinéma aujourd'hui respectés ont appris le métier sur le tas en réalisant dans les années 60 et 70 des films pornographiques pour les studios Nikkatsu (c'est le cas notamment de Suo Masayoshi, réalisateur encensé désormais aux États-Unis avec *Shall We dance?*, qui a commencé sa carrière en appliquant le style de Ozu, qu'il admire, aux bluettes porno qu'il tournait à ses débuts pour se faire la main).

Toujours selon Otsuka Eiji, la différence entre auteurs et lecteurs de mangas érotiques est infime. Les premiers expriment le plus souvent leurs propres fantasmes, qui trouvent un auditoire naturel auprès de jeunes lecteurs habités par les mêmes fantasmes.

---

<sup>1</sup> Otsuka Eiji, *Structure des mangas*, Editions Yudachisha, 1987.

Le goût très prononcé des auteurs/lecteurs de mangas érotiques pour le *bondage* et la représentation d'adolescentes soumises à la volonté sadique du héros de l'histoire ne renverrait-il pas, comme nous l'a enseigné Freud, à la haine inconsciente de leur mère, lorsque comme tout humain ils découvrent qu'ils ne sont plus le tout de la mère ? Il faut rappeler que l'importance excessive de la mère dans la cellule familiale joue un rôle non négligeable dans la psychologie des jeunes Japonais. N'est-ce pas de cette mère, indispensable, omniprésente mais finalement castratrice, que les otaku cherchent à se libérer en attachant sadiquement leurs héroïnes de papier ?

La parodie est un genre spécifique aux fanzines, pour la bonne raison que les lois japonaises sur la propriété intellectuelle et artistique interdisent bien évidemment aux dessinateurs de mangas commerciaux l'utilisation des héros créés par d'autres.

Au Comiket, en revanche, les jeunes artistes ne se gênent pas pour copier leurs maîtres ou s'approprier les héros dont ils se sentent proches. Citant Marcel Duchamp, Yonezawa récite doctement: "Au XXe siècle, la culture n'invente plus rien, elle ne fait que recopier". Cette citation n'a jamais été mieux adaptée à la situation qu'au Comiket. Ces emprunts permettent à leurs auteurs de se concentrer sur la trame de l'histoire plutôt que de s'ingénier à inventer des personnages originaux. Ils servent aussi de points de repère dans le grand labyrinthe du Comiket. Toutes les parodies de *Captain Tsubasa* sont présentées dans le même hall, de même que les parodies de *Sailor Moon*, *Cyber Formula* ou *Dragon Ball*. Les dessinateurs amateurs jouent sur la popularité de la série qu'ils parodient pour attirer l'attention sur leur propre production. Comment sinon s'y retrouver au milieu de tant de fanzines différents ?

Grande foire aux fanzines, le Comiket est aussi un lieu de rencontres et de retrouvailles, quand on sait s'organiser... À l'intérieur de cette ruche, une chatte n'y retrouverait pas ses petits, sauf si elle s'est munie, comme de nombreux participants, de talkies-walkies. "T'es où?" demande, bouche collée à son micro, un jeune métamorphosé en Marine de la guerre du Vietnam, habillé de pied en cap comme s'il sortait à l'instant du "bush". "Au pavillon de Final Fantasy", lui répond une voix féminine légèrement brouillée par d'autres ondes parasites. "Bon, rendez-vous à l'entrée du bâtiment A dans cinq minutes, over. - Compris, over." Le Parc des expositions de Ariake bruit sans discontinuer de ces conversations électroniques.

En chemin vers le pavillon A, le Marine croisera d'autres adeptes du *cosplay*<sup>2</sup>. Un Dragon Ball aussi échevelé que le héros original de dessin animé qui fait un malheur chez les

---

<sup>2</sup> De l'anglais *costume play*, déguisement.

enfants, au Japon, en Espagne ou en France. Plus loin encore, un judoka dont les blessures sanguinolentes dégagent une forte odeur de Mercurochrome se bat avec un lutteur de sumo aux formes rebondies, coiffé d'une perruque en plastique. Leur parodie de combat attire une foule de curieux, les flashes crépitent. Parmi eux, une fille plutôt jolie derrière son maquillage en damier rouge et blanc pose dans son uniforme bien repassé de... S.S.! Un Dark Vader un instant échappé de *La Guerre des Étoiles* lui a demandé l'autorisation de la prendre en photo.

Les amateurs de *cosplay*, dont la plupart ont entre 16 et 21 ans selon une enquête des organisateurs du Comiket, apportent un soin minutieux à la reproduction la plus fidèle possible de l'allure et de l'attitude de leur modèle quel qu'il soit, robot, personnage de B.D. ou soldat. Au Comiket, ils sont plusieurs milliers à venir se montrer, se faire prendre en photo, à jouer les stars d'un jour avant de retomber dans leur quotidien anonyme. "Pour une fois que j'attire les regards", me souffle un peu timidement une petite boulotte plutôt sympa déguisée en Chûn Lin, dont la robe fendue jusqu'à la hanche empêche de se concentrer sur l'écran. Chûn Lin, c'est la combattante chinoise du jeu vidéo "Street Fighter 2".

Le Marine, lui, continue son chemin vers le pavillon A. Derrière lui, il traîne un de ces petits chariots pliants dont les deux faibles roues s'affaissent sous le poids des dizaines de fanzines achetés en quelques heures. Je l'aborde et lui demande ce qu'il a acheté : "Oh, principalement des parodies porno de dessins animés", reconnaît-il sans ambages. Et cet uniforme, ce casque de combat, ce talkie-walkie, bref cet accoutrement plutôt incongru par une chaleur de mois d'août à Tôkyô ? "C'est une manière de se faire remarquer, de faciliter les contacts. Vous m'auriez interpellé si j'avais été en "civil" ? Le Comiket, c'est une fête, un espace de liberté. On n'a plus besoin d'être soi-même".

Ce désir de changer de peau est une constante dans la galaxie otaku. Comme si en se déguisant en personnages de dessins animés les jeunes parvenaient en fait à retrouver leur vraie personnalité. Comme si leur morne habit de tous les jours était en fait le vrai déguisement, celui qui les représente sous un jour qui ne leur correspond pas.

\*Etienne Barral est journaliste pour l'hebdomadaire japonais *Aera* (groupe Asahi Shimbun). Il est spécialiste des nouvelles technologies et vit au Japon depuis 1986.

© Etienne Barral, *Otaku. Les enfants du virtuel*, Denoël (coll. *impacts*), Paris, 1999, pp. 148-158