

BD, Littérature et créations numériques **Quels enjeux pour demain ?**

**Actes du colloque international
AMU CAER-IREMAM CNRS/MMSH
06-07 avril 2023, Aix-en-Provence**

**Coordonnés par
Sophie SAFFI**



CAER, Aix-Marseille Université, 2023

Sommaire

Introduction

Sophie SAFFI, Martine SOUSSE, Nacira ABROUS & Juliette DUMAS.....p. 03

I. Les enjeux du passage au numérique pour la création artistique

Analyser le webtoon comme une filière des industries créatives et médiatiques : la BD numérique a-t-elle trouvé son modèle économique ?

Pauline BROUARD.....p. 08

L'hypotypose numérique de la bande dessinée française et du webtoon coréen

Riham GHALY.....p. 17

Bat-fichier et Captain Scan : Les comic books de super-héros face au numérique

Savinien CAPY.....p. 22

COMIX projesine katılan öğrencilerin projeye ilişkin görüşlerinin değerlendirilmesi

Levent MERCIN, Eren Evin KILIÇKAYA, Elif DOKUR.....p. 33

Evaluation of cosplay activities according to participant student opinions

Elif DOKUR, Eren Evin KILIÇKAYA, Levent MERCIN.....p. 51

II. Les enjeux linguistiques et culturels

Vers une documentation d'œuvres littéraires numériques queer

Amélie VALLIERES, Emmanuelle LESCOUET, Amélie LEMIEUX.....p. 69

Comparison of comic book and graphic novel concepts

Eren Evin KILIÇKAYA, Levent MERCIN, Elif DOKUR.....p. 81

Tan lejos y tan cerca: identidad cultural en un mundo globalizado

Teresa PÉREZ CONTRERAS.....p. 91

Introduction

Sophie SAFFI,
CAER, Aix-Marseille Univ, France.

Martine SOUSSE,
CAER, Aix-Marseille Univ, France.

Nacira ABROUS,
UAR 3125 MMSH AMU/CNRS,
Aix-Marseille Univ, France.

Juliette DUMAS,
IREMAM, Aix-Marseille Univ, France.

Du papier aux nouveaux média, la bande dessinée (BD) explore désormais de nouveaux terrains de jeu. L'intrusion du numérique impose de nouvelles pratiques, tant du point de vue du lettrage que de la traduction et ce, dans toute la chaîne de création et de fabrication.

La bande dessinée migre du papier vers des supports numériques et cette évolution emporte, pour les œuvres, des changements dans la narration, son élaboration, ses dispositifs, ses formats. On peut aujourd'hui lire des BD au format homothétique, elles sont accessibles sur des liseuses ou via des applications de lecture d'ebooks. On peut aussi découvrir des BD en applications tapables, des BD défilées (scrolling vertical et webtoon), ou récits instagrammés (traités en vignettes postées sur le réseau social). On peut accéder aux créations sur des supports en ligne, sur tablette et smartphone, dans les réseaux sociaux, ou dans des dispositifs transmédia, c'est-à-dire des offres de contenus narratifs déployés sur plusieurs médias, chacun d'entre eux proposant non pas une simple duplication mais un récit spécifique sur chaque média avec différents points d'entrée dans l'histoire.

Les récits sont soit linéaires soit interactifs, les BD peuvent être animées, prendre la forme de romans graphiques, consister en des narrations numériques sans cases ou en turbomédia (une narration pensée nativement pour le format numérique). On en trouve des adaptations sous la forme de jeux vidéo ou de podcasts. Les BD racontées peuvent faire l'objet de performances en bibliothèques, lors de rencontres littéraires ou même de "battles".

Sur le plan du marché de l'édition, l'intrusion du numérique, dans sa forme la plus sommaire – produire un fichier destiné à la diffusion multilingue – a également impulsé de nouvelles pratiques. Les records de vente de BD stimulent le marché du livre. En 2020, en France, ce marché représente 53 millions d'exemplaires achetés (+9%) pour un chiffre d'affaires généré de 591M€ (+6%) selon l'étude GFK. Si la BD numérique ne représente que 1,5 % du marché de la BD, cette part augmente tous les ans et a été multipliée par 3 en 4 ans (Baromètre Sofia 2017). Les publics sont désormais ouverts à la lecture en ligne : 1/4 des jeunes lecteurs de BD déclarent lire aussi en numérique, et 1/3 des adultes. La majorité lit sur tablette tactile ou ordinateur.

Avec la pandémie, les usages ont évolué. En premier lieu, s'agissant des usages, les moins de 25 ans se sont mis à lire plus pendant les deux périodes de confinement (42%) selon une communication du Syndicat national de l'édition relative aux résultats d'un sondage réalisé les 10 et 11 décembre 2020 par l'Institut ODOXA. 29% ont consommé plus d'ebooks. Cette progression de la lecture sous forme numérique est un phénomène qui n'est pas circonscrit à la France. En second lieu, concernant le *versionning* et les traductions, dans le seul secteur de la BD jeunesse, en 2019, ce sont, au total, plus de 3623 titres qui ont été cédés à des éditeurs étrangers ainsi que le révèle le rapport statistique sur les chiffres-clé du marché de l'édition 2019-2020 produit par le Syndicat National de l'Édition.

En outre, la porosité des industries créatives se confirme. Les *webtoons* inspirent le cinéma pour des adaptations sur grand écran, les séries tv, les jeux vidéo et l'édition papier. La BD savait déjà passer du papier à l'écran : les modèles de diffusion évoluent, la BD inspire le jeu vidéo (*Sin City*, Robert Rodriguez et Frank Miller, 2005) et réciproquement, le cinéma adapte les albums (*Marvel*, *Élève Ducobu*, etc.), le web revisite le reportage journalistique (*Zero Impunity*, Marion Guth) et les applications transposent la BD (*ICI*, R. Mc Guire). Les pratiques évoluent vite avec ces nouvelles formes narratives qui associent la BD au roman, au film, au jeu vidéo (*Florence*, Ken Wong, Wes Anderson par Minetaro Mochizuki ; *Phallaina*, *Petit Vampire*, Riad Sattouf adaptant Joann Sfar ; etc.).

L'auteur du récit voit son statut réajusté, l'œuvre multimodale, quand elle passe au format numérique, appelle d'autres fonctions qui toutes contribuent à l'écriture d'un nouveau récit : le regard de l'auteur cohabite avec celui de l'architecte narratif qui pense la forme interactive propre à mobiliser ces approches convergentes, comme avec celui des créateurs de formes connexes (image, photo, son, musique, etc.) qui développent une vision originale du récit. Il implique aussi au premier niveau la fonction du traducteur. Confronté à l'œuvre initiale et à sa version digitale, il est le garant de la « portabilité » de l'œuvre sur de nouveaux marchés accessibles sans limites via la diffusion web mais avec une nécessaire réécriture. En tout état de cause, l'évolution du marché de la BD et la diffusion de plus en plus massive des albums à l'étranger témoignent du fait que la position du traducteur et du lettré a évolué et cette évolution est irréversible. Dès l'étape de création de l'album, le travail du traducteur et l'intervention du lettré sont concernés. La traduction et le lettrage se plient aujourd'hui à de nouveaux formats et de nouveaux modes narratifs. L'auteur, les développeurs, le traducteur et le lettré s'inscrivent dans une approche collaborative.

Les stratégies d'écriture, de création visuelle, de traduction sont revisitées par les auteurs qui mènent de front une position de créateurs et une étroite adhérence à la vision du récit qu'ils développent ou interprètent avec la mise en place d'invitations aux lecteurs, aux spectateurs, au public de participer au déroulement de la narration. La BD se prête à différentes interactions avec le lecteur.

Ainsi, dans tous les états de la BD, de l'album papier à l'album interactif, le rôle des différents acteurs est radicalement transformé. Tous participent à une vision en amont du projet. L'œuvre peut devenir collective ou collaborative, elle convoque de nouvelles compétences, une capacité accrue au travail d'équipe, un nouveau statut d'auteur. De nouvelles compétences sont attendues et des relations inédites s'engagent avec l'ensemble des acteurs concernés. Il faut réinventer sa relation à la

création. Il faut apprendre à travailler de manière agile et itérative, construire ensemble dès la phase amont et identifier les rôles et le timing d'intervention de chacun dans la chaîne de fabrication (de l'idéation à l'impression/la mise en ligne), de manière récurrente ou ponctuelle. Il faut intégrer une pratique de dialogue entre les différents métiers concernés.

La BD se signifiera de plus en plus comme une œuvre composite mobilisant d'autres métiers : architecte narratif, développeur, game designer, sound designer, chef de projets, community manager. Ces formats imposeront de plus en plus des collaborations sectorielles et des développements de projets à l'international. Le maillage entre créateurs et domaines créatifs est un des éléments au cœur des processus d'innovation.

Actuellement, éditeurs et libraires boostent leurs plateformes de lecture numérique, renforçant les liens avec les bibliothèques et les médiathèques chez lesquelles le nombre de prêts simultanés explose. Des centaines de titres sont diffusés gratuitement. Les librairies essaient de s'organiser face à Amazon et autres GAFAs. Demain, quel sera le sort des auteurs ? Comment vivront-ils notamment dans le secteur de la BD ? Leur devenir ne s'inscrit plus seulement dans les arts graphiques, mais plus largement dans celui des industries créatives, des passerelles se créant entre les pratiques et les œuvres pour accéder à de nouveaux publics, à de nouveaux modes de création et/ou de diffusion. La formation de futurs professionnels requiert qu'ils soient préparés à ces synergies, qu'ils explorent les champs de la co-création d'œuvres collaboratives, qu'ils développent des compétences en intercompréhension orale et écrite des langues (romanes par exemple) et en langues véhiculaires (comme l'anglais de spécialité).

Concernant la traduction, disponibles sur ordinateur mais aussi sur téléphone portable à partir d'une simple connexion Internet, les outils de traduction numériques facilitent la transmission d'informations d'une langue à une autre en un clic. Ils permettent à l'utilisateur de bénéficier d'un gain de temps considérable, la traduction pouvant être réalisée en seulement quelques secondes. Ces outils numériques de traduction automatique (DeepL, Google Translate, Bing de Microsoft etc.) fonctionnent sur des systèmes de calculs statistiques qui s'appuient sur des bases de données importantes de textes. Ils ne traduisent pas un texte en fonction de sa signification, comme un cerveau humain le ferait, mais ils cherchent le terme qui a le plus de possibilités de se trouver dans le contexte de la phrase à traduire. En général, cette méthode donne de très bons résultats mais cela nécessite quand même une relecture humaine puisque des erreurs peuvent être (et sont encore) commises.

Les stratégies mises en œuvre pour traduire une bande dessinée font appel, d'une part, aux connaissances biculturelles nécessaires à la compréhension du texte original (Cómitre Narvaéz, 2015), et d'autre part, à la créativité de réexpression (Delisle & Fiola, 2013 : 240) ou « créativité traductionnelle » selon la terminologie proposée par Dancette, Audet & Jay-Rayon (2007), en vue d'une adaptation moins invasive du texte ou, inversement, les possibilités de création de nouveaux contextes qui ne peuvent retenir que les fonctions du texte original. À partir de l'onomatopée, mais pas seulement, la BD a toujours mis plus en évidence qu'en littérature la difficulté de l'adaptation de certaines expressions linguistiques aux différents contextes culturels.

La BD se caractérise par la coexistence et l'interaction d'un texte écrit et d'images dessinées, qui peuvent être combinés de diverses manières. Par conséquent, son trait distinctif déterminant la complexité de la lecture de la BD et du roman graphique provient de la tension constante entre les deux extrêmes du continuum symbolique-iconique représenté, d'une part, par le texte écrit, et d'autre part, par les images. Les symboles alphabétiques, avant même d'être interprétés comme faisant partie de mots et de phrases, c'est-à-dire comme faisant partie du code verbal, ont une valeur iconique. Les mots peuvent donc être utilisés comme éléments graphiques, comme c'est souvent le cas avec les onomatopées et les représentations de sons. En outre, les différents types de caractères peuvent être associés à des connotations particulières. Des éléments complémentaires à ne pas négliger, surtout au moment de la traduction, sont le lettrage et le paratexte.

Chapitre 1

Les enjeux du passage au numérique pour la création artistique

Analyser le webtoon comme une filière des industries créatives et médiatiques : la BD numérique a-t-elle trouvé son modèle économique ?

Pauline BROUARD, GRIPIC, Sorbonne Université

Introduction

Le terme webtoon est issu de la contraction des mots *web* et *cartoon*. Il désigne actuellement un format de bande dessinée numérique initialement apparu en Corée du Sud au début des années 2000. Celui-ci s'est imposé sous l'impulsion de grands acteurs technologiques et médiatiques, notamment par le biais de portails web. L'émergence du secteur du webtoon est avant tout liée à la situation particulière du marché de la bande dessinée en Asie, où il est difficile de se faire une place sur le marché de l'édition papier. Devant le succès en Corée et à l'international du manga japonais ainsi que du comics américain, les professionnels sud-coréens développent des stratégies pour faire face aux opportunités restreintes du marché du *manhwa*, notamment avec des tentatives de publication en ligne, que ce soit sur des blogs ou des sites web dédiés. Un tournant s'amorce en 2003 quand Daum lance une rubrique, sur son portail web éponyme, qui rassemble un catalogue de *manhwa* en ligne¹.

Cependant, il y a maintenant 20 ans, cette célèbre entreprise technologique n'avait pas pour objectif de créer des contenus numériques qui seraient exclusivement diffusés sur leur portail web, comme c'est le cas pour le webtoon tel que nous le connaissons aujourd'hui. Il s'agissait plutôt de mettre en ligne les publications issues de *manhwa* afin de rentabiliser les coûts de production grâce à un espace secondaire de publication à une période où se généralise l'usage des smartphones. Peu après Daum, Naver lance à son tour un catalogue en ligne en 2004, puis déploie progressivement ces contenus numériques à l'international avec le lancement en 2014 d'une application à destination des publics qui ne sont pas coréanophones. Ces premiers espaces de publication numérique consistaient tout simplement à mettre en ligne des catalogues de *manhwa*, en scannant les planches dessinées page par page. Les utilisateurs doivent cliquer pour passer à la page suivante ou revenir à la précédente. La lecture y est donc d'abord horizontale et de gauche à droite puisque le coréen se lit dans le même sens que le français.

Suite à une première publication sur le rôle des plateformes numériques coréennes au sein de l'industrie culturelle du webtoon (Brouard, 2021), le présent article a pour objectif d'affiner notre compréhension du modèle éditorial du webtoon et de voir comment se structure actuellement la chaîne de production de ce secteur en plein essor. Notre analyse se fonde sur des travaux en Sciences de l'Information et de la Communication (SIC) qui portent sur les modèles économiques des industries culturelles (Miège, 2000 ; Mœglin, 2007), et plus particulièrement sur la notion de

¹ Le portail web de Daum existe toujours, mais l'entreprise a fusionné avec Kakao Corp. en 2014 et la rubrique Daum Webtoon est devenue Kakao Webtoon en 2021. Ce changement de marque dénote la concurrence féroce avec son principal rival Naver.

plateforme (Bullich, 2019 ; Bullich & Schmitt, 2019). En outre, notre méthodologie est nourrie de travaux en SIC qui privilégient une analyse de type sémiologique, en nous appuyant notamment sur la notion de « médias informatisés » (Jeanneret, 2008, 2014 ; Souchier *et al.*, 2019). En mobilisant cette notion, nous considérons que le format du webtoon est intrinsèquement lié à un dispositif médiatique qui cadre la manière dont sont produits et consommés ces contenus culturels numériques.

Cet article propose d'analyser le webtoon en s'intéressant à l'émergence de ce secteur et en rendant compte de l'organisation de cette filière des industries créatives et médiatiques. Notre recherche s'appuie sur une analyse sémiologique de plusieurs applications de webtoon, ainsi que d'un ensemble d'entretiens et de rencontres avec des professionnels du secteur en Corée du Sud. Dans quelle mesure le webtoon - défini non seulement comme un format narratif graphique, mais aussi comme une filière des industries créatives et médiatiques - peut-il incarner un modèle économique de la bande dessinée numérique ? Notre réflexion sera structurée en trois axes qui nous permettront d'abord d'expliquer la mise en industrialisation progressive du webtoon. Puis, nous discuterons de la rationalisation progressive d'un modèle éditorial qui repose certaines normes formelles et graphiques. Enfin, nous aborderons la transmédialité du webtoon à l'aune des enjeux économiques de cette filière des industries culturelles et créatives.

La fabrique du webtoon : d'un secteur expérimental du *manwha* numérique en Corée du Sud à un marché international en expansion

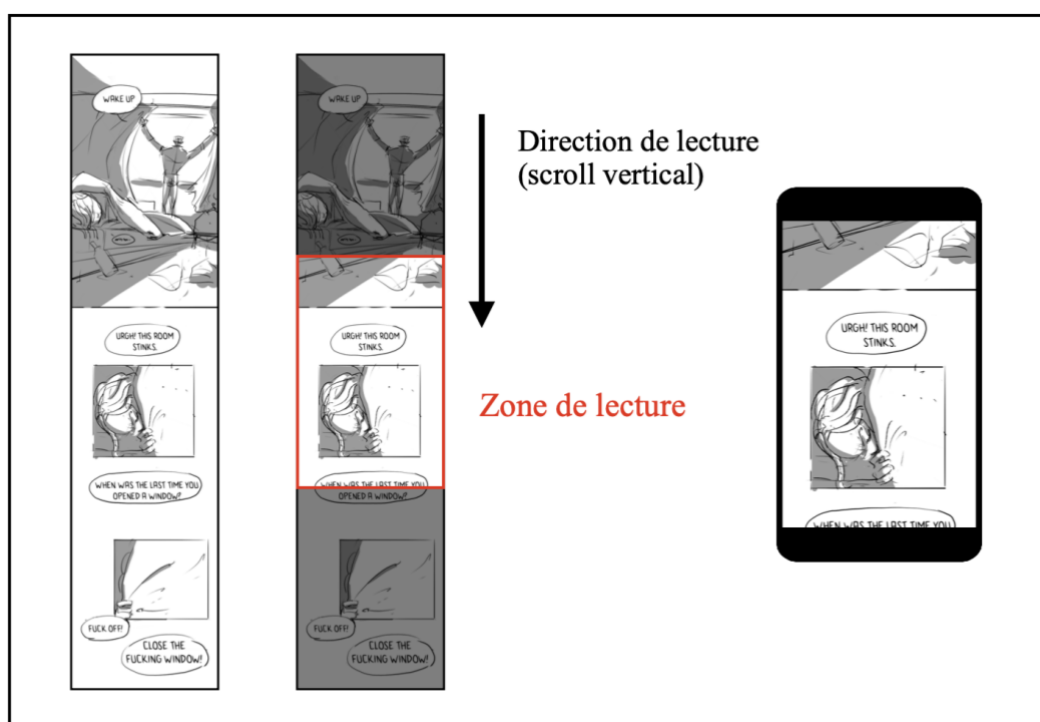
Les premiers espaces de médiatisation du webtoon n'ont pas été créés à l'initiative de professionnels du *manwha*, ni même de l'édition papier. C'est sous l'impulsion de grands groupes technologiques sud-coréens que le webtoon devient un format distinct du *manhwa* papier, grâce aux portails web de Daum et Naver. Au fur et à mesure, certains usages se sont imposés comme la lecture verticale qui incarne désormais un trait distinctif du webtoon. De même, la publication hebdomadaire sous forme de chapitre s'est largement répandue, ce qui n'est pas sans conséquence sur le mode de production du webtoon comme nous le verrons plus en détail en troisième partie de cet article.

Pour donner un aperçu de ce qu'est un webtoon, nous avons la chance d'avoir à notre disposition les esquisses d'une création en cours, produite par le studio français Beyond Stories². Nous avons choisi de rendre compte du dispositif médiatique en reproduisant l'expérience de lecture sans avoir recours à une application dédiée³. Pour plus de clarté, nous avons mis en évidence la zone de lecture à l'aide de cadres grisés et d'un encadrement (voir figure 1 ci-dessous). De surcroît, nous souhaitons insister sur la standardisation formelle du webtoon qui repose sur des normes strictes puisque chaque « case » (*panel* en anglais) doit respecter une largeur de 800 pixels pour une longueur de 1280 pixels. Les artistes sont également tenus de produire entre

² Beyond Stories est un studio créatif, situé sur l'île de La Réunion, spécialisé dans l'adaptation et la création transmédia et le webtoon, co-fondé par Sun Toucoula, Marie Danielle Merca et Audrey Maur Court. La planche publiée dans cet article, storyboardé par M. Pougary, nous a été envoyée par Kim Thouvenin que nous remercions tout particulièrement pour son aide.

³ Ce choix est non seulement motivé par des raisons légales, pour respecter la protection de la propriété culturelle des webtoon, mais aussi par la volonté de transposer le dispositif du webtoon dans un cadre plus neutre, exempt des dimensions marchandes des applications de diffusion.

une dizaine de cases (pour le genre comique par exemple) à plus de 40 à 60 cases (pour les genres relevant de la romance, de l'action ou du thriller entre autres).



Esquisse d'un webtoon avec le storyboard original à gauche, l'analyse du cadre engendré par le dispositif au milieu et à droite un aperçu de situation réelle de lecture sur smartphone

La gratuité d'accès - au moins partielle puisque la plupart des espaces de publication analysés relève du modèle dit *freenium* - est également une caractéristique commune à beaucoup de plateformes numériques. Contrairement à la plupart des bandes dessinées publiées en ligne auparavant (comme sur des blogs ou sur des réseaux sociaux), la publication d'un webtoon se fait de manière hebdomadaire à heure fixe. Ainsi, le lecteur est amené à lire un chapitre par semaine selon le jour de publication défini du lundi au dimanche. Dès lors, nous pouvons définir le webtoon comme un genre de bande dessinée, nativement numérique, qui consiste en un format de narration séquentialisée en chapitre⁴, dont la lecture est organisée de manière verticale par un défilement (ou un *scroll* pour reprendre une terminologie issue du design d'interface) des éléments graphiques et textuels (voir figure 1). En effet, la verticalité est ce qui semble caractériser le webtoon⁵ au regard d'autres genres de bande dessinée numérique qui ont également émergé au début des années 2000, comme le webcomic aux États-Unis ou le blog BD (Baudry, 2018).

Comme nous l'avons développé dans notre précédent article sur le webtoon (Brouard, 2021), un chapitre est conçu pour être lu rapidement, en témoignent les chiffres publiés par Naver Webtoon indiquant une connexion journalière moyenne de

⁴ Le mot coréen *hwa* peut se traduire par « chapitre » ou par « épisode ».

⁵ Voir l'analyse du webtoon comme forme verticale de récit graphique qui articule les images et les textes à d'autres éléments narratifs (musique, QR code, liens hypertextes ou planches animées) écrite par Heekyoung Cho (2016).

12 minutes (soit 3 à 4 épisodes)⁶. En nous appuyant sur ces chiffres, nous pouvons rejoindre le constat de Dal Yong Jin (2019a) qui considère la lecture du webtoon comme une consommation culturelle qui relèverait d'une « snack culture ». Ce chercheur, spécialisé dans l'analyse socio-économique et politique des médias coréens, propose une analogie entre les pratiques de lecture des amateurs de webtoon et la consommation rapide de snacks dans la journée, qu'importe l'heure ou le lieu. Peut-être l'absence de frein financier, liée au modèle économique, joue-t-il un rôle dans ces pratiques de lecture aux allures de grignotage culturel ? Quoiqu'il en soit, nous avons remarqué que, sur les applications de Kakao ou Naver, la monétisation des contenus provient majoritairement de la publicité, ce qui est typique de l'économie des plateformes numériques.

Néanmoins, il existe d'autres portails de webtoon en Corée qui reposent sur un modèle d'abonnement ou d'accès payant au chapitre. Le livre blanc sur l'industrie du webtoon et du cartoon publié en 2021 par la KOCCA⁷ et le ministère de la Culture, des Sports et du Tourisme annonce que 44,3 % des lecteurs coréens de webtoon indiquent avoir déjà payé pour des contenus et que cette tendance est à la hausse depuis 2019.⁸ Plus de la moitié des répondants à l'étude (52,2 %) ont cependant précisé que le total de leur dépense n'excède pas 5 000 wons coréens, ce qui correspond environ à 3,50 euros. Concernant les usages actuels des lecteurs, ceux-ci lisent majoritairement sur leur smartphone comme le soulignent les statistiques qui indiquent que 78,6 % des amateurs de webtoon lisent sur smartphone, contre 15,6 % sur ordinateur et 5,7 % sur tablette. Enfin, nous pouvons souligner la croissance rapide et exponentielle du secteur du webtoon. La KOCCA stipule dans son rapport un bond du marché de plus de 64 % entre 2020 et 2021⁹, tandis que le cabinet de conseil BearingPoint dénombre plus de 3 400 dessinateurs de webtoon dans le monde en 2019, dont la majorité sont coréens¹⁰ ». La filière s'est professionnalisée de manière rapide, en témoigne l'apparition de formations dédiées et d'académies (*hagwon* en coréen) de formation spécifique. De fait, l'apparition de studios de production s'est doublée de la création de lieux de formation, ce qui renforce la légitimation du webtoon comme filière des industries culturelles et créatives, indépendante du monde de l'édition papier.

Le modèle éditorial du webtoon : un hiatus entre densité du format graphique et amplitude de la sérialité médiatique ?

La publication d'un contenu graphique séquencé en chapitre, dont la lecture prend moins de 5 minutes, tend à produire ce que nous pourrions appeler une « narration compressée » dans la mesure où le récit se tisse au contact du doigt du

⁶ Rapport annuel de Naver en anglais : *Beyond Connect : Naver Annual Report*, 1^{er} mars 2021, URL : https://www.navercorp.com/navercorp_/ir/annualReport/2022/2020AR_NAVER_ENG_220203.pdf

⁷ La KOCCA (*Korea Creative Content Agency*) est l'agence gouvernementale coréenne en charge du développement des contenus créatifs sur le territoire coréen et à l'international puisqu'il y a des bureaux dans plusieurs pays et notamment à Paris où s'est installé le bureau européen.

⁸ Précisons que cette étude porte sur un total 3200 personnes en respectant les normes d'un échantillonnage probabiliste en fonction de la région, du genre et de l'âge des répondants à l'enquête.

⁹ *Industry White Paper: 2021 Cartoon, Summary*, Ministry of Culture, Sports and Tourism, KOCCA, 2021.

¹⁰ Ce cabinet de conseil a été chargé, par le service culturel de l'Ambassade de France en Corée du Sud, de la rédaction de notes d'opportunités sur les industries culturelles coréennes. Leur rapport stipule que le marché du webtoon représenterait « 30 à 40 milliards d'euros au niveau mondial d'ici 5 à 10 ans » et qu'il existerait « des possibilités de co-création (France / Corée) de studios de production permettant un apprentissage de la fabrication du webtoon » ainsi que des opportunités « dans l'adaptation ou la cession de droits de propriétés intellectuelles françaises en Corée du Sud et inversement ». Voir : *Notes d'opportunité sur les industries culturelles et créatives en Corée du Sud. Secteur webtoon*, 2022, p. 7.

lecteur dans une temporalité courte et dans la verticalité du smartphone. Thierry Smolderen montre comment, au 19^e siècle déjà, la bande dessinée s'est conformée aux logiques de rationalisation de la presse puisque « elle respecte pleinement le cadre de l'industrialisation médiatique qui est déjà celui de la presse américaine (et de la grande presse européenne), avec ses logiques de répétition, de retour d'un personnage récurrent, de série, etc. » (Smolderen, 2009 : 47-48) Par ailleurs, il ajoute à ce propos que :

La bande dessinée, en ce sens, produit un double mouvement : elle épouse en effet la logique du système médiatique en s'y formatant, mais en même temps elle le subvertit en introduisant des éléments nouveaux. Car l'image n'occupe plus la même fonction auxiliaire ou exposée-exposante, entre l'illustration redondante et l'illustration dont le flash éclaire ce qui devient une scène médiatique. Cette image de bande dessinée, publiée dans les médias et qui en subit aussi les contraintes, n'est plus à proprement parler strictement médiatique. Elle prend son autonomie : en tant qu'image découplée de l'actualité le plus souvent ; en tant qu'image par rapport au texte qui ne domine plus forcément ; en tant qu'image qui porte le récit, qui raconte par elle-même une histoire ; en tant qu'image qui invente son propre dispositif de mise en scène (Smolderen, 2009 : 47-48).

Cet effet de miroir entre système médiatique et standardisation des normes formelles du récit peut aisément s'appliquer au cas du webtoon. Ce dernier a vocation à être lu rapidement dans un geste de *scroll* qui fait de la lecture un acte en flux tendu, sans rupture - ni graphique, ni pratique - puisqu'il n'y a pas de page à tourner ou de bouton à cliquer. En prenant pour exemple le blog, Pascal Robert indique que le passage au numérique de la bande dessinée « produit une résurgence de la logique ancienne du rouleau avec une suite verticale de cases que l'on déroule » (Robert, 2014 : 56). Il oppose la logique du rouleau à celle de la planche qui « récapitule un ensemble dynamique de cases concomitantes et interreliées qui s'offre à la fois localement, dans le détail de chaque case, et globalement puisqu'elle suit une composition qui la traverse et l'articule (quand elle ne se poursuit pas sur la planche voisine) » (Robert, 2014 : 57). Le déroulement impose un ordre mémoriel spécifique, qui est d'autant plus flagrant dans le cas du numérique où se joue à l'écran une dialectique entre visible et non-visible (Souchier, 2019).

Le modèle éditorial du webtoon repose sur un hiatus entre un récit graphique court dont la lecture se fait rapidement, sans rupture majeure dans le geste de lecture, et une narration qui s'étend sur une temporalité longue qui est rythmée par une publication hebdomadaire. Pour autant, il ne faudrait pas en conclure que l'intrigue s'achèverait en quelques *scrolls*. Les auteurs de webtoon sont loin de proposer des récits dont la valeur narrative serait médiocre en raison du format médiatique ou de la publication en flux tendu. Ces éléments participent du dispositif et les auteurs s'approprient ces contraintes pour mieux les déjouer. Par exemple, nous avons remarqué que les chapitres ont tendance à s'achever sur un *cliffhanger* qui est technique narrative consistant à suspendre le récit à un moment décisif et qui est devenue un élément paradigmatique des œuvres sérielles. Il est, avant toute chose, important de prendre en compte « la dimension proprement commerciale de cet effet qui consiste à refuser de superposer la clôture de l'épisode avec le dénouement de la tension » (Baroni, 2016 : 7). Cependant, comme le souligne Raphaël Baroni, cette technique narrative n'est pas la seule stratégie possible pour maintenir l'intérêt des lecteurs, mais elle reste « révélatrice de la fonction profonde de l'intrigue, qui se

présent, quand on la considère dans le mouvement de la lecture, comme un réservoir de potentialités narratives, comme une configuration sans cesse changeante, dont le caractère sous-déterminé apparaît comme essentiel pour garantir le plaisir du lecteur » (Baroni, 2016 : 8). Notre enquête montre que, dans le cas du webtoon, les formes de suspension sont complexes et dépassent la seule utilisation d'un *cliffhanger*. En effet, nous pouvons d'abord mentionner une suspension narrative qui est celle d'une pause dans le récit, liée à une interruption de lecture à la fin de chaque chapitre. Cette suspension du récit est souvent signifiée sémiotiquement par l'apposition du logo du studio créatif qui produit le webtoon, par la mention des contacts et des réseaux sociaux de l'auteur ou l'artiste, voire parfois d'une référence à l'épisode suivant sous la forme d'un aperçu ou d'une mention « à suivre ». ¹¹ Ensuite, nous avons constaté une suspension d'un autre ordre qui se produit à la fin de chaque chapitre et qui est figurée par les icônes relatives à l'espace de commentaires et au bouton *like* (symbolisé par un cœur sur l'application de Naver par exemple). Dès lors, une nouvelle situation de communication s'amorce, dans laquelle les lecteurs peuvent partager leurs impressions, leurs déceptions, leurs attentes et interagir entre eux. Ici se jouent une interruption dans le continuum sémiotique du webtoon ainsi que le passage d'un régime narratif à un autre régime communicationnel. Cette double suspension entérine une rupture entre une activité de lecture et une autre activité qui est relative aux métriques numériques et au fait de commenter en ligne.

La temporalité feuilletonnante du webtoon est la condition *sine qua non* de l'évaluation de chaque chapitre et de la participation éventuelle des lecteurs dans un espace de commentaire. Le séquençage en chapitre engendre un espace temporel (celui d'une semaine à attendre le prochain chapitre) et un espace spatial (dans la section dédiée aux commentaires à laquelle on peut accéder en fin de chapitre). Ce cadre spatio-temporel, qui advient à la fin de chaque chapitre, permet aux lecteurs de partager des hypothèses, des ressentis, des espoirs pour la suite de l'histoire, des mécontentements aussi qui s'illustrent non seulement dans les commentaires, mais aussi dans l'évaluation du chapitre (soit par un *like*, soit par une note). Dans une interview avec Dal Yong Jin, le webtoonist Yoon Tae Ho - devenu célèbre notamment grâce à son œuvre *Misaeng* - insiste sur l'aspect co-créatif du webtoon qui est systématiquement suivi d'un espace de commentaire où les artistes peuvent recueillir des retours au fil de l'intrigue. Il ajoute néanmoins que ces échanges en ligne peuvent être tout autant une source d'inspiration qu'une cause de pression et de stress pour les jeunes artistes qui s'efforceraient de contenter tous les lecteurs au risque de nuire à la qualité du webtoon (Jin, 2019b).

La transmedialité du webtoon face à une double injonction de créativité et de rentabilité

Nous pouvons ainsi faire l'hypothèse que les formes de suspension du webtoon participent pleinement de ce qu'Yves Jeanneret appelle l' « économie scripturaire » (Jeanneret, 2014). À l'instar de Google, Kakao et Naver sont des exemples qui permettent de « définir trois logiques d'industrialisation des formes de médiatisation de la communication » en ce que ces dispositifs peuvent être qualifiés à la fois comme « industrie médiatique, industrie médiatisée et industrie médiatisante » (Jeanneret, 2014 : 642). Les deux premières caractéristiques sont liées à la fonction médiation de ces dispositifs et à leur capacité à être des espaces publicitaires. La dernière

¹¹ Nous avons relevé différentes manières d'écrire cette mention qui n'est pas systématiquement présente.

caractéristique est celle qui nous intéresse le plus, étant donné que chaque portail web ou application dédiée au webtoon de Kakao et de Naver peut être défini comme « un lieu de médiation qui permet à des usagers de développer une activité de communication qu'ils ne pourraient pas déployer sans lui et se met donc en situation de revendiquer et de valoriser ces interactions » (Jeanneret, 2014 : 642). Dès lors, nous pouvons envisager les applications de webtoon comme des agents de médiation entre des utilisateurs et des contenus qui ne sont pas produits par les entreprises technologiques à l'origine de ces espaces de publication. De fait, les modèles économiques des plateformes les plus importantes sur le marché français s'appuient sur une stratégie mixte reposant sur la publicité et sur la vente à l'unité de chapitre par le biais de *coins*¹². Grâce à une monnaie virtuelle qui ne peut être utilisée que sur l'application choisie, le lecteur peut accéder en avance à certains chapitres.

De plus, même si cela reste difficile à évaluer, la captation de données est une ressource lucrative pour ces applications qui sont majoritairement utilisées sur smartphone. Quand on vit en Corée du Sud, il n'est pas rare d'avoir de multiples applications issues de l'une ou de l'autre de ces deux entreprises concurrentes : portail web, navigation et carte interactive, banque, messagerie instantanée, etc. Tout comme Philippe Bouquillion et Christine Ithurbide, qui ont enquêté sur le secteur audiovisuel en Inde, nous pouvons souligner l'importance de l'essor des plateformes numériques et nous suivons leur analyse quand ils écrivent que le basculement des contenus audiovisuels vers des supports numériques a renforcé le rôle des acteurs des industries de la communication (opérateurs téléphoniques, industries des technologies de l'information et du web) dans l'organisation de la filière non seulement en aval dans la diffusion des contenus, mais également en amont dans différents aspects liés à la conception, la production et l'organisation du travail (analyse des données des utilisateurs pour orienter certains choix, recours aux algorithmes, etc.) (Bouquillion & Ithurbide, 2021 : 80).

En Corée du Sud et dans le cas de l'édition numérique, nous pouvons constater que tout un secteur professionnel de création et de production de webtoon s'est mis en place depuis une vingtaine d'années. Cela a permis de dynamiser le secteur de la création numérique en ouvrant des possibilités à des structures de moindre envergure par rapport aux géants technologiques que sont Kakao et Naver.

En termes de métier, cela se traduit très concrètement par l'apparition de studios qui reprennent des pratiques de création qui sont moins celles de l'édition de bande dessinée ou de *manhwa* traditionnel que celles issues du secteur du jeu vidéo. Par exemple, même si on constate la présence d'un artiste principal, qu'on appelle maintenant un *webtoonist*, il est nécessaire de comprendre la division du travail au sein des studios créatifs. Quelqu'un sera à l'initiative du storyboard, puis une personne aura pour tâche de dessiner les personnages, une autre s'occupera des décors, une autre encore de l'encrage... Même s'ils peuvent travailler avec Kakao ou Naver (ou encore Lezhin, Delitoon ou toutes autres plateformes de diffusion), les agences de production et les studios créatifs peuvent être indépendants. Un webtoon est un parfois un contenu exclusif sur une seule plateforme, mais il est aussi possible de publier sur plusieurs plateformes.

¹² Ces achats à l'unité, grâce à une monnaie virtuelle, sont à distinguer de la technologie *blockchain* qui n'est, à ce jour, pas encore utilisée dans le secteur du webtoon de manière concluante.

En outre, ce sont les contenus qui attirent les publics sur lesquels repose le modèle économique des industries médiatisantes. Le rachat de Wattpad en 2021 confirme la volonté des nouvelles orientations de Naver qui repose sur un modèle économique-juridique fondé sur la propriété intellectuelle de licence créative. Selon la logique dite OSMU (*One Source Multi Use*), les contenus publiés sous le format d'un webtoon peuvent être diffusés dans d'autres médias du petit écran du téléphone au grand écran du cinéma, voire vers d'autres types de médias. Par exemple, le pionnier du Métavers sud-coréen Zepeto, filiale de Naver, a organisé des événements en collaboration avec Naver Webtoon à l'occasion de la sortie de la saison 3 de *L'Impératrice remariée*. Ce qui ressort de nos échanges avec des professionnels coréens, c'est l'importance de l'acquisition de ce qui est désigné en Corée par le terme « IP ». L'acronyme IP, qui provient du sigle I.P (Intellectual Property), est utilisé couramment dans le langage professionnel pour parler de catalogue d'IP, de vente d'IP ou de développement d'IP... La constitution d'un catalogue d'IP permet d'adapter un récit en webtoon, mais également d'utiliser une même licence créative pour produire des contenus dans d'autres formats tels que les dramas. Actuellement, les contenus les plus prisés sont ceux issus d'un *web novel* (« roman en ligne ») qui peuvent aisément être adaptés en webtoon ou en série audiovisuelle, en raison de la même économie du feuilleton qui régit leur publication.

Conclusion

Le webtoon relève d'un format narratif qui est doublement densifié par le cadre technique restreint de la fenêtre de smartphone et par la temporalité resserrée de lecture, mais qui s'étire dans une sérialité liée au séquençage en feuilleton et à la publication hebdomadaire et qui s'étend à d'autres types d'interactions en ligne, elles-mêmes constitutives de l'expérience de lecture du webtoon. Notre enquête démontre que l'intrigue d'un webtoon se développe selon une temporalité spécifique liée au modèle éditorial de ce format numérique qui est partie prenante du mode de lecture puisque le lecteur a accès chaque semaine à une partie du contenu et doit attendre la semaine d'après pour lire la suite. C'est pourquoi il nous est apparu pertinent de mobiliser le cadre théorique de la sémiologie des médias informatisés ainsi que les travaux portant sur les industries culturelles, créatives et médiatiques. Nous avons ainsi pu articuler la dimension symbolique et la dimension opératoire propres aux espaces de médiatisation du webtoon, tout en prenant en compte les enjeux proprement économiques de ce secteur émergent.

Dans notre premier article à propos du webtoon publié en 2021, nous avons émis l'hypothèse que le webtoon incarnerait un exemple pertinent du processus de platformisation des industries culturelles et créatives, en raison notamment du rôle structurant joué par certains acteurs technologiques en Corée du Sud. Ce premier article faisait suite à nos cours enseignés au Celsa, à Sorbonne Université, autour de la thématique « fiction et innovation médiatique » entre 2018 et 2020. C'est d'ailleurs en 2020 que Naver annonce un tournant dans les objectifs de l'entreprise qui n'a pas vocation à produire des contenus pour l'application Webtoon, mais bien à façonner « un écosystème de webtoon centré sur les créateurs de contenus » (Rapport annuel Naver). Ce rapport révèle bien à quel point les stratégies créatives concurrentielles se sont accrues au sein de la production de webtoon. Kakao et Naver - qui se partagent actuellement la grande majorité du marché du webtoon - ont joué un rôle fondamental dans la structuration de la chaîne de production de cette filière. Ces entreprises

technologiques ont participé activement à l'essor du webtoon et à l'industrialisation rapide de sa production. Pourtant, il nous semble crucial d'insister sur les autres acteurs de ce secteur professionnel dont les studios créatifs et les entreprises de production. Depuis les premiers catalogues en ligne de *manhwa*, c'est tout une ingénierie de la création numérique qui s'est structurée et la notion d'IP qui apparaît comme la clé de voûte du marché du webtoon.

Bibliographie

- BARONI, R. (2016), « Le cliffhanger : un révélateur des fonctions du récit mimétique », *Cahiers de Narratologie*, n°31, URL : <http://journals.openedition.org/narratologie/7570>
- BAUDRY, J. (2018), *Cases-pixels : Une histoire de la BD numérique en France*. Tours, Presses universitaires François-Rabelais. URL : <http://books.openedition.org/pufr/15654>
- BOUQUILLION, P., ITHURBIDE, C. (2021), « La globalisation culturelle et les nouveaux enjeux d'hégémonie à l'heure des plateformes : Le cas indien », *Réseaux*, n° 226-227, p. 71-98.
- BROUARD, P. (2021), « Ce que les plateformes font aux industries culturelles : le cas du webtoon sud-coréen », *Effeillage*, n° 10, p. 35-39.
- BULLICH, V. (2019), *Industrialisation, marchandisation et médiatisation des expressions : le modèle des plateformes numériques*, vol. I, habilitation à diriger des recherches, Grenoble, Université Grenoble Alpes.
- BULLICH, V., SCHMITT, L. (2019), « Les industries culturelles à la conquête des plateformes ? », *Tic&société*, n° 13.
- CHO, H. (2016), « The Webtoon: A New Form for Graphic Narrative », *The Comic Journal*. URL : <https://www.tcj.com/the-webtoon-a-new-form-for-graphic-narrative/>
- JIN, D. (2019a), « Snack Culture's Dream of Big-Screen Culture : Korean Webtoons 'Transmedia Storytelling' », *International Journal of Communication*, n° 13, Canada, Simon Fraser University.
- JIN, D. (2019b), « Korean Webtoonist Yoon Tae Ho: History, Webtoon Industry, and Transmedia Storytelling », *International Journal of Communication*, n° 13, Canada, Simon Fraser University.
- JEANNERET, Y. (2008), *Penser la trivialité*, vol. I, *La vie triviale des êtres culturels*, Paris, Hermès-Lavoisier.
- JEANNERET, Y. (2014), *Critique de la trivialité. Les médiations de la communication, enjeu de pouvoir*, Paris, Éditions Non Standard.
- MIEGE, B. (2000), *Les Industries du contenu face à l'ordre informationnel*, Grenoble, Presses universitaires de Grenoble.
- MŒGLIN, P. (2007), « Des modèles socio-économiques en mutation », P. Bouquillion, Y. Combès (dirs), *Les Industries de la culture et de la communication en mutation*, Paris, Éditions L'Harmattan, p. 151-162.
- ROBERT, P. (2014), « La bande dessinée, une subversion sémiotique des supports de l'intermédialité ? », *Communication & langages*, n° 182, Paris, Éditions NecPlus, p. 45-59.
- SMOLDEREN, T. (2009), *Naissance de la bande dessinée*, Bruxelles, Les Impressions Nouvelles.
- SOUCHIER, E., CANDEL, E., GOMEZ-MEJIA, G., JEANNE-PERRIER, V. (2019), *Le Numérique comme écriture. Théories et méthodes d'analyse*, Malakoff, Armand Colin.

L'hypotypose numérique de la bande dessinée française et du webtoon coréen

Riham GHALY, Université d'Alexandrie, Égypte.

Si la bande dessinée numérique interactive de demain pourra encore être considérée comme de la bande dessinée, ou bien si, soit qu'elle ouvre des possibilités d'expression radicalement nouvelles, soit qu'elle change du tout au tout l'expérience même de la lecture, nous assistons à la naissance d'un nouveau média. (Groensteen, 2011 : 75)

Toujours considérée comme un média de l'imprimé, diffusée sous la forme d'albums dès les années 1830 ou encore dans la presse à partir de 1840, la bande dessinée demeure un sujet controversé sur la scène de la littérature synchronique. Elle a continué à évoluer en tant que média interculturel et créatif, voyant l'apparition de nouveaux formats éditoriaux, esthétiques et surtout numériques.

Étant donné que la France n'est bien évidemment pas la seule à proposer des initiatives en matière de bande dessinée numérique et que la Corée, à maints égards, s'est introduite sur scène par des projets animés, il sera indispensable de dresser une synthèse de l'approche adaptable de la bande dessinée française et du webtoon coréens numériques.

On s'intéresse dans notre article donc à souligner la manière dont la bande dessinée française et le webtoon coréen ont évolué dans le contexte numérique ambivalent. Se posant la question enfin, si dans cet univers digital, le danger *existe-t-il toutefois de perdre les capacités déjà connues liées à la lecture sur papier, les capacités liées à la compréhension plus approfondie, mais aussi les capacités liées au sens d'analyse, de critique et l'empathie...*

Au XXI^e siècle, au moment où les technologies digitales se généralisent, la bande dessinée française et le webtoon coréen se représentent comme deux industries culturelles et périphériques mondiales. Cette phase de transition numérique de la bande dessinée et du webtoon demeure toujours celle de l'observation d'une question parallèle concernant le domaine de la créativité littéraire, de l'imagination réciproque, de l'évolution multimodale et de l'industrie médiatique transversale.

La bande dessinée, une esthétique numérique

Après les multiples évolutions et révolutions du XX^e siècle, la littérature peine de plus en plus, à renouveler ses conceptions du texte ou de l'écriture, la bande dessinée devient, en se diversifiant et en se ramifiant d'une manière plus vivace, plus évolutive. Le dynamisme de la bande dessinée garde évidemment des traces de son évolution récente, ce qui nous mène aussi bien à se poser la question sur les rapports entre la bande

dessinée et la littérature, mais plutôt sur la naissance d'un nouveau genre littéraire numérique, voire sur sa diffusion et ses limites.

À son tour, si la bande dessinée française est diffusée sur un territoire multinational de premier plan, c'est qu'elle est accompagnée aussi d'une diffusion croissante du média dans l'espace de la consommation culturelle. Les Français sont largement ouverts aux mondes des personnages imaginaires, qu'ils soient issus de la lecture d'albums de BD, mais aussi de la littérature et du cinéma. On note que dans les quinze dernières années, les personnages de bande dessinée française ont envahi le goût des Français : Astérix, Lara Croft, Jarod, Corto Maltese, Lagaffe, Superman, Lucky Luke, Robin des Bois et surtout Tintin qui recueille quant à lui, les scores les plus élevés chez les personnes âgées de 15 à 19 ans, mais aussi les 60 à 65 ans.¹³

Le neuvième art n'a pas échappé à la numérisation. Nous trouvons deux types de la Bande dessinée sur l'écran : la BD classique avec ses pages composées de plusieurs vignettes qui devient récemment numérisée et la BD créée spécialement en format numérique dont la narration, le scénario et le format s'adaptent à la technologie digitale, ce qui rend impossible l'acquisition d'un objet-livre et de même l'effet de rareté et de collection. Selon les créateurs de la plateforme Bayday, Thomas Astruc et Sébastien Ruchet beaucoup de Français sont encore très rattachés au format papier de la BD jusqu'à nos jours, car cela reste pour eux un objet social, une méthode d'échange ou même un cadeau pour multiples occasions.

Mais les habitudes évoluent, et comme pour le livre, le numérique convainc petit à petit, par ses avantages financiers ou pratiques. La numérisation de la BD s'installe donc sur la scène quotidienne évoquant donc des interrogations. Les jeunes auteurs acquièrent une notoriété qu'ils n'auraient pu avoir outre l'univers numérisé. L'internet offre en plus l'avantage de l'autoédition comme source de liberté indéniable qui pourra influencer de nombreux artistes en herbe. Voilà donc une esthétique qui s'impose à la création de la BD qui devient par nécessité numérique pour côtoyer le monde où nous vivons.

Même si le premier trait de caractère reste la drôlerie, la bande dessinée n'échappe pas à éveiller l'imagination chez le lecteur. Un simple coup d'œil aux couvertures des albums des bandes dessinées permet de sentir cet effet de l'hypotypose. Lire une bande dessinée n'est pas une simple initiative. Cela mène le lecteur à s'immerger dans un univers particulier pour réencadrer son univers imaginaire, voire sentimental. L'image permet toujours d'introduire des représentations symboliques intermédiaires entre les mots et les sentiments. Par le biais ses processus symboliques, le lecteur tente de cerner son monde intérieur et son environnement en lisant les dessins animés.

¹³ Selon les recensements faits par Podcast Journal.net, Questions-Réponses, le 32 mai 2020.

Bref, la bande dessinée en papier ou numérique nourrit les synthèses personnelles du lecteur et lui permet de se distancier pour un moment, de la réalité. C'est l'effet de l'image qui compte enfin. Comme tout autre art par ses caractéristiques visuelles, le neuvième art reste un instrument privilégié pour l'exploration de l'imagination en rendant le texte écrit plus sensible, plus féérique et plus imaginaire. L'image incite donc le lecteur à devenir l'être imaginant, prêt à rencontrer l'inconnu, le mystère et l'imprévu.¹⁴



Sagued ELAZAB, Égypte, 2023

Le webtoon, une esthétique de l'hypotypose

D'un autre volet, dès la fin des années 1990, la production du webtoon¹⁵ coréen numérique est devenu déjà en plein essor. Si la bande dessinée française atteint dans les années 2000 près d'un quart du marché global de la bande dessinée¹⁶, le webtoon coréen apparaît à son tour comme de simples planches publiées sur des sites personnels, avant d'être répandu sous des formes spécifiquement numériques.

L'intermédialité du webtoon ne rompt donc pas avec l'univers de la bande dessinée papier. Le son du webtoon est exprimé à travers des codes idéographiques importants. L'action est de même sonorisée, ce qui rend la narration vivante et de très animée. Le webtoon privilégie donc les effets sonores susceptibles d'émouvoir le lecteur en provoquant chez lui la surprise et l'insertion dans l'univers proposé. Le webtoon se regarde plus qu'il se lit. Peut-être que nous pouvons distinguer que la différence essentielle entre la

¹⁴ Beaucoup d'études ont été faite sur le rapport entre de la bande dessinée et l'inconscient humain à l'ère numérique, et que l'imagination du lecteur face à la BD n'est qu'un miroir pour déchiffrer son inconscient. Citons par exemple, Céline Bénéjean (2009 : 161).

¹⁵ Le webtoon est un mot-valise forgé à partir de *web* et *cartoon*. C'est une forme numérique de la bande dessinée connue et répandue récemment dans toute l'Asie et surtout la Corée. Le mot webtoon est *utilisé aussi* pour désigner toute bande dessinée numérique reconnaissable à son mode de lecture reposant uniquement sur le **scrolling**. Le webtoon se présente comme des vignettes que le lecteur les fait défiler verticalement, ayant la possibilité de se présenter aussi sous formes de planches sans limite ni de taille ni de déroulement.

¹⁶ Selon les recensements annuels de 2010, publiés sur Francebleu.fr

bande dessinée française et le webtoon coréen reste en bref que l'une penche vers le lisible et que l'autre se distingue par le visible.

Il existe donc dans le webtoon des correspondances sonores, visuelles et sémantiques qui constituent un monde tout préparé pour favoriser l'imagination. La description animée des scènes vivantes, la présentation digitale des personnages, tant de caractéristiques qui peuvent créer une figure de style que nous proposons comme centrale : L'hypotypose.¹⁷ Le webtoon vise à créer une représentation imagée et donne à voir des narrations animées de manière à éveiller l'imagination du lecteur. Il réalise dans sa totalité cette ambition chez le lecteur. Nous pouvons y voir la mise en œuvre de l'énergie au service du récit en images. Dans les scènes consacrées à la description dans le webtoon en général, l'auteur met en avant des éléments sensibles, tout comme un tableau impressionniste. Henri Morier souligne cet effet :

Le narrateur sélectionne une partie des informations correspondant à l'ensemble du thème, ne gardant que des notions particulièrement sensibles et fortes, accrochantes, sans donner la vue généralement de ce dont il s'agit, sans indiquer même le sujet global du discours, voire en présentant un aspect sous des expressions fausses ou de pure apparence, toujours rattachées à l'enregistrement comme cinématographique du déroulement ou de la manifestation extérieurs de l'objet. Ce côté à la fois fragmentaire, éventuellement descriptif, et vivement plastique du texte constitue la composante radicale d'une hypotypose. (Morier, 1998 : 195)

Le webtoon réalise ainsi par ses caractéristiques l'objectif essentiel de l'hypotypose : imposer la narration dans le champ de l'imagination passant moins par le verbal que par le visuel ; et l'hypotypose à son tour se présente comme un projet de captation que l'écran tactile supporte avec succès.



Asser ELAZAB, Égypte, 2023

¹⁷ L'hypotypose est connue dans la rhétorique grecque sous le terme d'*energeia* et vise à dépasser le cadre descriptif ou narratif pour donner l'impression de dépasser la scène réelle. Le but de cette figure de style est donc d'évoquer les émotions chez le lecteur pour dépasser le cadre réel.

Reste à se demander, si nous serons en contact avec de nouveaux supports numériques, de nouveaux genres de la littérature lisible et visible à la fois, numérique ou en réalité virtuelle... Se demander si nous inventerons d'autres nouvelles formes sémiotiques pour la lecture littéraire, et que pensent les auteurs et les éditeurs aux défis à venir ?

Si le livre en support papier n'a pas pour vocation d'apporter des réponses définitives à toutes ces interrogations, il se propose d'être le support essentiel pour tous défis ou enjeux confrontés à nos jours et à l'avenir. Il se propose d'ouvrir toutes perspectives vers l'avenir, posant les premiers jalons pour toute recherche à venir dans un monde qui devient déjà numérique, un monde qui cherche à s'ouvrir à la réalité virtuelle ...



Rayan ELAZAB, Égypte, 2023

Bibliographie

- BÉNÉJEAN, Céline (2009), *La Bande Dessinée, Porte Ouverte Sur L'Inconscient*, Revue Hermès 2009/9, 54, Éditions CNRS.
- BOKYUNG, Yun (2013), *La Bande Dessinée Numérique Française Et Le Webtoon Coréen : Deux Modalités De La Lecture Sur Écran*, la revue en ligne de la cité internationale de la bande dessinée et de l'image.
- DUPUY, Valérie (2021), *Le Webtoon, Une Esthétique De L'hypotypose*, e-Journal.
- GROENSTEEN, Thierry (2011), *Bande Dessinée Et Narration. Système De La Bande Dessinée 2*, Presses Universitaires de France, collection Formes Sémiotiques.
- MORIER, Henri (1998), *Dictionnaire De Poétique Et De Rhétorique*, Éditions 5, Presses Universitaires de France.

Bat-fichier et Captain Scan : Les comic books de super-héros face au numérique

Savinien CAPY, ELICO, Université Lumière-Lyon II

Définition et historique matériel des comic books de super-héros

Originaires des États-Unis d'Amérique, les comic books sont historiquement des objets imprimés. Ils servent de support à des histoires dessinées et ont pendant longtemps été produits de manière peu coûteuse avec des matériaux de qualité médiocre (Gabilliet, 2004 : 10). Les super-héros ont été l'un des genres les plus importants de cet objet entre la fin des années 1930 et le milieu des années 1940 (Gabilliet, 2004 : 56), une période correspondant grossièrement à la durée de la Seconde Guerre mondiale. Les maisons d'édition ne feront le choix de raviver ce genre qu'à partir du milieu des années 1950 (Levitz, 2010 : 251 ; Schwartz & Thomsen, 2000 : 87 ; Gabilliet, 2004 : 74), pour un retour de la saturation du marché par ce genre d'histoire durant les années 1960. Depuis, deux maisons d'édition se sont durablement associées à ces productions : DC Comics (« DC ») et Marvel Comics (« Marvel »). Elles ne sont pas les seules à avoir publié des comic books de super-héros : Charlton Comics, Fawcett Comics dans les années 1940 (Gabilliet, 2004 : 56) ; Image Comics, Valiant Comics ou Eclipse Comics plus récemment (Gabilliet, 2004 : 172 ; Howe, 2013 : 350). Cependant, elles se sont imposées comme les maisons d'édition meneuses du marché du comic book aux États-Unis, publiant la majorité des fascicules vendus chaque mois – mais pas celle des fascicules imprimés. Cette dichotomie entre les ventes et la production est révélatrice de l'importance que le genre possède dans le cadre de ce marché dont les enjeux dépassent le simple chiffre d'affaires des ventes de comic books.

Un comic book est un fascicule imprimé d'une trentaine de pages, dont une vingtaine dédiée à l'histoire – ou aux histoires – racontée, le reste étant occupé par du paratexte divers (courrier des lecteurs, publicités, encarts éditoriaux). Il est difficile de généraliser la question du format. La stratégie marketing des maisons d'édition a été – presque depuis l'apparition de cet objet – de publier des numéros « exceptionnels » qui pousseront à l'achat en se démarquant sur les rayonnages (Howe, 2013 : 270). Ainsi, les numéros annuels, thématiques, commémoratifs, et autres spéciaux ont plus de pages, moins de publicités (donc plus de pages dédiées aux histoires), sont imprimés sur un papier de qualité supérieur, quand ils n'ont pas une couverture en relief ou recouverte de papier argenté.

Les années 1980 marquèrent un changement dans le mode de distribution des comic books. Ils étaient jusqu'alors produits dans l'optique d'être vendus en kiosque et dans les épiceries. L'avènement des supermarchés et plusieurs crises du circuit de distribution entraînèrent la prise de conscience pour les maisons d'édition de la nécessité de trouver un circuit de vente alternatif à ce schéma traditionnel. Par ailleurs, la période vit le développement de magasins dédiés, prêts à acheter les fascicules en renonçant à la possibilité de les retourner contre remboursement en cas de ventes trop faibles – phénomène qui était la source d'abus massifs par ailleurs (Kidman, 2019 : 141 ; Gabilliet, 2004 : 165 ; Howe, 2013 : 171). Ce nouveau débouché fit prendre conscience aux maisons d'édition d'un changement dans leur public cible. Il ne

s'agissait plus d'enfants ou d'adolescents, qui lisaient les numéros de manière occasionnelle et surtout temporaire, passant à un autre type de divertissement après quelques années. Elles avaient affaire à un lectorat adulte fidèle, prêt à acheter des produits présentés comme plus sophistiqués, au contenu plus mature. Les premières maisons d'édition qui profitèrent de cette opportunité ne furent pas DC ou Marvel, mais des « indépendants » (terme utilisé pour faire référence à toute maison d'édition autre que les « Big Two »). DC et Marvel prirent cependant rapidement conscience de ce nouveau marché et commencèrent à publier des objets pensés spécifiquement pour les magasins de vente directe (Kidman, 2019 : 146 ; Howe, 2013 : 234 ; Gabilliet, 2004 : 169). Les premiers exemples de ces expérimentations commerciales furent des « séries limitées », c'est-à-dire des histoires conçues pour ne durer qu'un nombre défini de numéros (la plupart du temps entre six et douze), abordant des sujets au plus tangentiellement liés aux super-héros, au moins complètement différents. Ces numéros à destination du marché direct étaient généralement imprimés sur du papier de meilleure qualité que ceux à destination des marchands de journaux.¹⁸ Le succès de *Maus* d'Art Spiegelman ouvrit la porte à des formats plus radicalement différents qu'un nombre de pages plus élevé ou un papier plus résistant. Marvel avait déjà expérimenté avec les réimpressions en albums à couverture souple de certaines des séries (Howe, 2013 : 254). Le marché direct encouragea la publication plus systématique de recueils aux formats plus qualitatifs, tant pour les réimpressions de séries « classiques », que pour des rééditions systématiques de nouvelles séries, que pour des séries pensées pour ce format (sur le modèle de la bande dessinée franco-belge).

Les années 1990 amenèrent un changement dans les modes de production. Le développement des outils informatiques permit une accélération du processus créatif en raccourcissant les délais d'envoi des scripts, des planches et des corrections. Il fournit également aux maisons d'édition des outils de suivi des ventes et de l'opinion des lecteurs plus complets que ceux dont elles disposaient par le passé (Howe, 2013 : 426). Enfin, il ouvrit la porte à de nouvelles modalités de mise en couleur jusqu'ici réservées aux magazines (Gabilliet, 2004 : 158 ; Howe, 2013 : 371). Elles virent également un effondrement du marché du comic book de super-héros pour des raisons intimement liées aux changements apportés par le nouveau mode de distribution. La prise de conscience par le grand public de la valeur potentielle de numéros suite à la vente remarquée d'un exemplaire d'*Action Comics* #1¹⁹ entraîna l'apparition d'une bulle spéculative gonflée par l'action des maisons d'édition qui s'empressèrent de tenter d'en tirer profit²⁰. L'éclatement de cette bulle spéculative ainsi qu'une tentative par Marvel de s'imposer sur le marché de la distribution (Howe, 2013 : 375) entraînèrent la fermeture de nombreux magasins spécialisés, dont l'industrie des comic books dépendait. Il fallut presque une décennie au marché pour s'en remettre.

Les années 2000 et 2010 virent une augmentation des capacités des outils informatiques : vitesse de calcul et du stockage des ordinateurs, débit internet et possibilités offertes par le stockage en ligne des données. Ainsi, à la fin des années 2000, Marvel mit en place une plateforme de lecture digitales de certaines des séries,

¹⁸ « We already publish a couple of titles on high-quality Mando stock, for instance *MICRONAUTS* and *MOON KNIGHT* without any ads, to boot! » (Lerer, 1983 : 32).

¹⁹ Marquant la première apparition de Superman.

²⁰ Elles multiplièrent les couvertures alternatives, les numéros spéciaux et les histoires choquantes présentées comme « essentielles », « incontournables » et autres adjectifs superlatifs.

qui ne cessa d'être développée depuis. Le début des années 2010 vit quant à lui l'apparition de comic books de super-héros nativement numériques, produits sur ordinateurs et tablettes graphiques, à destination de ces mêmes supports, et n'ayant plus comme finalité première d'être imprimés. Ce sont ces deux derniers phénomènes que cet article se propose d'interroger.

Présentation des plateformes de comic books numériques

Avec l'apparition des chaînes de télévision disponibles par abonnements, une nouvelle logique de diffusion se mit en place aux États-Unis dans les années 1980. Les conglomerats médiatiques pouvaient dorénavant proposer à leurs clients un catalogue de vidéos à la demande basé sur leurs productions audiovisuelles. La logique de ces entreprises était de continuer à tirer un profit de produits déjà rentabilisés lors de leur exploitation primaire en salles de cinéma ou sur les écrans de télévision, et de rentabiliser des produits dont les résultats d'exploitation n'avaient pas mené à un profit (Wasko, 1994 : 53). Il fallut attendre la diffusion des ordinateurs personnels et l'accélération du débit internet domestique pour que les maisons d'édition de comic books puissent adapter cette stratégie à leur marché.

Sous la direction de Dan Buckley, Marvel lança le 13 novembre 2007 la plateforme numérique « Marvel Unlimited ». Cette dernière propose l'accès illimité contre abonnement aux archives des publications de la maison d'édition.

Depuis 2007, le nombre de comic books accessibles de cette manière n'a cessé d'augmenter. Aux fonds progressivement numérisés se rajoutent les nouvelles sorties, mises à disposition sur la plateforme trois mois après leur sortie en librairie. Jusqu'au 19 octobre 2020, ce délai était de six mois. Ce décalage a pour but explicite de rassurer et d'apaiser les magasins spécialisés, en minimisant le risque de voir se réduire le nombre de clients les fréquentant.²¹ Marvel Unlimited se vante aujourd'hui de fournir plus de 30 000 numéros.²² Dès avril 2008, Marvel Unlimited servit de support exclusifs à des comic books, dont l'un des premiers, si ce n'est le premier, fut « Secret Invasion: Home Invasion ». Cette exclusivité fut cependant limitée dans le temps pour la plupart des titres concernés, imprimés après leur première diffusion numérique.

Juillet 2009 vit le lancement de la plateforme de lecture numérique indépendante « Comics by ComiXology », proposant à l'achat des titres de nombreuses maisons d'édition, notamment Marvel et DC. Amazon fit l'acquisition de la plateforme à la fin de l'année 2014 (McMillan, 2014) et mit en place en mai 2016 un système d'abonnement désigné « ComiXology Unlimited », offrant un accès illimité à un catalogue de titres à l'exception notable de ceux de Marvel dont la plateforme Marvel Unlimited aurait rendu un tel accord redondant, et de DC. Amazon annonça en septembre 2021 l'intégration de l'application ComiXology au catalogue Kindle (Arrant, 2021), marquant la fin effective du service et une simplification des différents services du groupe.

²¹ Ce besoin de rassurer les partenaires commerciaux s'explique par la fermeture à la fin des années 1990 de nombreux magasins spécialisés suite à la décision de Marvel Comics de distribuer les comic books par une filiale qui s'avéra incapable de gérer les flux et quantités de produits. Cela entraîna la faillite de magasins ayant avancé la somme correspondant à l'achat de numéros qui ne furent jamais livrés et donc jamais vendus. (Howe, 2013 : 371-375)

²² Marvel Unlimited [en ligne], consulté le 02/06/2023, <https://www.marvel.com/unlimited>

DC et Warner Bros. Digital Networks mirent en place le 15 septembre 2018 la plateforme « DC Universe » destinée à concurrencer à la fois Marvel Unlimited et Netflix. Le contenu proposé reflétait une logique d'intégration de groupe.²³ DC Universe offrait contre un abonnement un accès illimité à un catalogue de comic books similaire à celui proposé par Marvel Unlimited : des séries numérisées, les sorties récentes après un délai de six mois, et des titres exclusifs à la plateforme. L'abonnement donnait également accès aux films et séries télévisées mettant en scène les personnages de la maison d'édition, déjà diffusés auparavant²⁴ ou bien créés à destination la plateforme.²⁵ Le 21 janvier 2021, la plateforme fut réorientée sous le nom « DC Universe Infinite » pour ne plus proposer que des comic books, le pan séries et films ayant été transféré à la nouvelle plateforme « HBO Max ».²⁶ Ce transfert inclut les séries exclusives à DC Universe telles que Titans, Doom Patrol ou Harley Quinn. Les abonnements à DC Universe furent automatiquement transférés à DC Universe Infinite.

L'aperçu historique de ces plateformes souligne une différence d'approche entre les deux conglomérats médiatiques que sont Marvel (filiale du groupe The Walt Disney Company) et DC (filiale du groupe Warner Bros. Discovery). Marvel s'est engagé dans cette voie dès que la possibilité s'est présentée, continuant la dynamique déjà mise en place durant les années 1970 avec les réimpressions de séries sous différents formats. Il est manifeste que cette politique fait partie de la logique de l'entreprise depuis plusieurs décennies et que cette plateforme en est la conséquence logique. À l'inverse, DC ne s'est engagé dans cette démarche qu'à la suite de la formulation d'une stratégie de reconquête de parts du marché par Warner Media, en imitant des outils mis en place par les groupes concurrents, stratégie qui a subi de nombreuses évolutions dans un laps de temps comparativement court. Ces stratégies diffèrent sur un dernier point : la disponibilité géographique des plateformes. Marvel Unlimited est disponible dans n'importe quel pays tant qu'un paiement en ligne sur le site est possible. À l'inverse, la disponibilité de DC Universe Infinite reste limitée.²⁷ DC Universe n'était disponible quant à elle qu'aux États-Unis d'Amérique. Les deux plateformes proposant un contenu similaire, la disparité entre les marchés visés révèle une claire différence entre les stratégies commerciales mises en place.

Modalités des comic books numériques

Le numérique a permis une accélération et une fluidification du processus de création des comic books, mais qu'en est-il du processus de consommation ? DC et Marvel ont depuis 2007 environ présenté trois modalités de lecture numériques de leurs produits : numérisés, numériquement enrichis, et nativement numériques.

Comic books numérisés

Forme la plus immédiate du comic book numérique, le comic book numérisé est une simple version numérique d'un fascicule. Il existe en réalité deux catégories

²³ DC Comics et Warner Bros. Digital Networks sont en effet deux filiales du groupe Warner Media (devenu depuis Warner Bros. Discovery).

²⁴ Par exemple les films « Batman » réalisés par Tim Burton ou les séries d'animation supervisées par Bruce Timm.

²⁵ Uniquement des séries, telles que « Titans » ou « Harley Quinn ».

²⁶ Depuis renommée « Max » et mise en place par Warner Media le 23 mai 2020.

²⁷ Le service n'est disponible qu'aux États-Unis d'Amérique, au Canada, en Australie et en Nouvelle-Zélande depuis mars 2022, au Royaume-Uni depuis avril 2022, et au Brésil et au Mexique depuis mi-2022.

distinctes de comic books digitalisés proposées par DC et Marvel sur leurs plateformes : ceux créés par l'usage d'outils informatiques et les scans. Les premiers constituent la totalité des publications récentes, réalisés numériquement d'un bout à l'autre du processus. Les seconds sont les numéros historiques présents dans les archives des maisons d'édition et scannés.

L'intérêt de ces versions numérisées est double pour le client : accès facilité aux numéros et absence de publicités. Le premier point est lui-même double. D'une part, le client n'a plus à faire le déplacement vers un magasin spécialisé, si tant est qu'il en existe à une distance raisonnable de son domicile. Selon le profil de la personne, une visite dans un magasin spécialisé peut en effet être un événement stressant : ces lieux ont joué un rôle important dans la constitution d'un esprit de communauté dès les années 1980 en excluant plusieurs catégories de personnes, notamment les femmes (Kidman, 2019 : 170 ; Healey, 2009 : 145). La possibilité d'acquérir les numéros ou les albums en ligne permet donc d'éviter une situation gênante voire traumatisante.²⁸ D'autre part, les séries plus anciennes redeviennent accessibles. L'âge n'est un obstacle à la réimpression, bien au contraire : un titre vu comme « culte » ou incontournable pour la compréhension d'arcs narratifs récents sera republié, toujours selon une logique de dégager des profits à partir de produits déjà rentabilisés. À l'inverse, des séries plus anciennes et considérées comme peu populaires ou de niches, ou bien récentes mais n'ayant pas réussi à vendre suffisamment de numéros et d'albums, ne seront pas réimprimées. Les versions numérisées à partir des archives des maisons d'édition sont donc le moyen le plus simple de lire ces publications qui n'ont eu qu'un seul tirage, parfois vieux de plus de soixante-dix ans. Ainsi, au-delà d'une recherche de profits par tous les moyens possibles, y compris celui de mobiliser des séries oubliées dans les archives des maisons d'édition, ces versions numérisées remplissent un rôle patrimonial de préservation et de diffusion des productions des maisons d'édition. Ce point est particulièrement important, puisque de nombreux auteurs de comic books ont été inspirés par de vieilles publications pour créer des intrigues devenues depuis classiques.²⁹

Les versions numérisées de numéros anciens ont pour but premier l'impression de recueils. Ces albums regroupent des numéros formant un seul arc narratif ou bien jugés thématiquement liés.³⁰ Si les pages réimprimées sont souvent recolorées voire ré-encreées (Hatfield, 2012 : 255), la mise en page est modifiée de manière plus fondamentale. Les couvertures des numéros sont placées les unes à la suite des autres en fin d'album, altérant l'expérience de lecture originale qui commence par leur assimilation. Or le rôle central des couvertures dans la lecture des comic books de super-héros est tel que pendant plusieurs décennies il était courant de d'abord les

²⁸ L'épidémie de COVID-19 n'a bien entendu fait que confirmer cet avantage des versions numérisées, bien que DC et Marvel aient accepté de ne rendre disponible les nouveautés sur leurs plateformes qu'après trois mois en magasins.

²⁹ Le personnage de Damian Wayne, fils de Batman et petit-fils du vilain Ra's al'Ghul, création du scénariste Grant Morrison et du dessinateur Andy Kubert dans les pages de *Batman* vol. 1 n°655, publié en juillet 2006, est inspiré du one-shot *Batman: Son of the Demon*, scénarisé par Mike W. Barr et illustré par Jerry Bingham, publié en août 1987. La version Hector Hall du Sandman est apparue dans six numéros éponyme scénarisés par Joe Simon, illustrés par Jack Kirby et Mike Royer, publiés entre mars 1974 et janvier 1976 avant d'être mobilisée par Neil Gaiman en août 1989 dans *Sandman* vol. n°10. Star-Lord n'avait eu droit qu'à une douzaine d'apparitions entre octobre 1975 et octobre 1996, et Groot n'était apparu que deux fois, en juin 1960 et janvier 1999, avant que Dan Abnett ne les réinvente en mars 2004 et juillet 2007, respectivement.

³⁰ Par exemple les différentes instances de rencontres entre plusieurs univers ou bien les « plus grands crimes » d'un super-vilain.

imaginer, forçant ainsi les scénaristes à créer une histoire qui y correspondrait (Schwartz & Thomsen, 2000 : 168) (souvent de manière très approximative il est vrai). Le paratexte³¹ est supprimé de ces réimpressions, changeant là aussi l'expérience de lecture. En effet, des planches qui étaient auparavant séparées par une page de publicité se retrouvent dorénavant face à face, perdant l'effet de surprise qui a pu être voulu par les auteurs. Plus grave, des planches peuvent être placées sur le recto et le verso d'une page là où elles se faisaient face dans le numéro d'origine, gâchant la composition, comme c'est le cas avec le numéro 4 de *Watchmen*.³² Ces problèmes se retrouvent dans les versions proposées aux clients des plateformes de lecture de DC et Marvel, puisque ce sont les fichiers utilisés pour constituer les recueils qui y sont rendus disponibles.

Si ces versions numérisées ont un réel intérêt patrimonial en permettant à un nombre important de lecteurs potentiels d'accéder à des numéros aujourd'hui pratiquement introuvables, elles entraînent également une perte de sens massive de ces objets. L'ancrage historique des numéros dans leur époque par le choix des publicités publiées dans leur pages disparaît, faisant aussi perdre une partie du contexte de lecture. Par exemple, le personnage de Flex Mentallo³³ est une référence aux publicités du bodybuilder Charles Atlas publiées pendant des années dans les pages d'innombrables comic books. Le courrier des lecteurs a été l'un des vecteurs de constitution des communautés d'amateurs de super-héros, cultivées par les maisons d'édition comme source d'acheteurs de leurs produits (Gabilliet, 2004 : 77 ; Schwartz & Thomsen, 2000 : 107). Les discours qui s'y sont déployés et continuent de se déployer sont centraux pour la compréhension des stratégies discursives et éditoriales des maisons d'édition. Enfin, les différentes modalités des éditoriaux fournissent des informations sur la diégèse des différentes séries, tout en étant l'expression directe du discours éditorial et en construisant l'image de la maison d'édition (Howe, 2013 : 95). Ainsi, le confort de lecture accru grâce aux retraits d'irruptions paratextuelles qui venaient interrompre le récit en « retardant » les pages d'histoire s'oppose à la perte de sens issue de la disparition du contexte de consommation de l'objet qu'est le comic book de super-héros.

Enfin, le changement du paratexte des comic books peut être vu comme une stratégie délibérée visant à changer l'image du produit « comic book ». Le courrier des lecteurs, les publicités et les éditoriaux sont fortement associés au format magazine, qui est lui-même porteur de représentations dans l'esprit des lecteurs. Les textes introductifs ou conclusifs, les documents annexes présentés explicitement comme tels (brouillons, pages préparatoires, couvertures alternatives) sont quant à eux associés aux recueils d'illustrations, aux œuvres intégrales d'auteurs, aux catalogues d'expositions, donc à des objets porteurs d'un poids culturel plus important que celui de simples publications de presse. Ce changement de paratexte s'inscrirait donc ainsi dans la stratégie de légitimation du comic book et plus largement des productions de DC et de Marvel par l'association à des objets culturels perçus de manière plus favorable (Kidman, 2019 : 154).

³¹ Publicités, courrier des lecteurs, éditoriaux, résumé des numéros précédents.

³² Scénarisé par Alan Moore, dessiné, encre et lettré par Dave Gibbons, et mis en couleurs par John Higgins.

³³ Créé par Grant Morrison, Richard Case, John Nyberg et Daniel Vozzo dans les pages du numéro 35 du deuxième volume de la série Doom Patrol.

Comic books enrichis, l'expérience Marvel AR

Entre le 02 avril 2012 et le courant de l'année 2015, Marvel déploya le dispositif « Marvel AR ». Utilisant la technologie « Aurasma » développée par l'entreprise Autonomy, il s'agissait d'une application pour tablettes et téléphones portables, permettant « d'enrichir » les comic books publiés par la compagnie. Plus d'un millier et demi de numéros contiennent le logo de l'application sur leur couverture ou dans leurs pages. Une vidéo dont le contenu dépendait du numéro et de la page scannée³⁴ était diffusée lorsque ces dernières étaient scannées avec l'application. Le dispositif fut retiré des magasins d'application durant l'année 2015 et ne fut pas remplacé. Marvel ne justifia pas cette décision et annonça sobrement « travailler dur pour offrir d'encore meilleures manières d'enrichir l'expérience de lecture des comic books ».³⁵

Comic books nativement numériques

En parallèle de la mise en service de Marvel AR, l'éditeur-en-chef de Marvel Joe Quesada contacta l'artiste français Balak, créateur du format « turbomédia » (Phegley, 2012). Les « Infinite Comics » publiés entre juin 2012 et avril 2017 en résultèrent. Ces comic books sont pensés pour la lecture sur écran.³⁶ Leur concept central est de profiter au maximum des possibilités du support en complétant la case et la page progressivement au rythme des clics ou des glissements des doigts sur l'écran pour faire défiler le contenu. Une même case peut voir apparaître les phylactères les uns après les autres, reproduisant l'effet d'un dialogue audio et contrastant avec l'immédiateté et la concurrence des voix inhérente à la bande dessinée traditionnelle. Exclusifs à la plateforme Marvel Unlimited, ces différents numéros sont pour la plupart liés à des films ou des arcs narratifs plutôt que des séries autonomes.³⁷ Ce format fut arrêté en décembre 2016 après douze numéros formant la série « Year of Marvels » mettant en scène chaque mois un personnage ou groupe de personnages différent.

Si Marvel avait commencé dès avril 2008 à publier des comic books sortant d'abord numériquement avant d'être imprimés, il fallut attendre février 2012 pour que DC s'empare de cette idée avec les « Digital First ». Plus qu'une ligne éditoriale à proprement parler, il s'agit d'une étiquette apposée sur des séries n'ayant en commun que d'être publiées initialement voire uniquement au format numérique et de ne pas s'inscrire dans la continuité narrative principale de la maison d'édition.³⁸ Les différents titres se distinguent des numéros imprimés par un nombre réduit de pages³⁹ et de cases : les histoires sont au format « paysage » plutôt que « portrait » comme il est habituel. Si la plupart de ces séries ont été imprimées au bout de plusieurs mois, deux

³⁴ Il pouvait s'agir d'un récapitulatif de la série, d'un aperçu du processus créatif (encrage ou colorisation des pages, discussion des évolutions du scénario), d'entretiens avec les créateurs du numéro, du contexte des événements montrés, ou encore d'un sketch humoristique.

³⁵ « We are working hard to bring you an even better way to enhance the comic book reading experience », <https://web.archive.org/web/20170509235401/http://marvel.com/ar>, consulté le 02/06/2023, notre traduction.

³⁶ Principalement sur tablettes et téléphones, et dans une moindre mesure sur ordinateurs.

³⁷ Par exemple un complément à l'arc narratif « Avengers vs. X-Men » constitué de trois numéros, sortis le 04 avril 2012, 20 juin 2012 et 16 août 2012, réalisés par Mark Waid, Stuart Immonen, Yves Bigerel et Carlo Barberi, ou encore un prélude au film *Captain America: Civil War* sorti le 10 février 2016 et réalisé par Will Corona Pilgrim, Lee Ferguson, Goran Sudzuka, Guillermo Mogorron.

³⁸ Parmi les titres concernés, on peut citer *DC Bombshells*, *Batman Beyond*, *Injustice: Gods Among Us* ou encore *Legends of the Dark Knight*.

³⁹ Au plus une quinzaine par histoire.

facteurs ont joué dans cette décision. Il devait y avoir assez de pages et de cases pour remplir un fascicule⁴⁰ et la série devait être populaire. Ces impressions de numéros numériques sont en effet l'équivalent des albums mentionnés précédemment et suivent la même logique de profits tirés d'un produit déjà rentabilisé, mise à jour pour les nouveaux formats apparus avec la diffusion des ordinateurs personnels et des smartphones. La différence est que si les lecteurs pouvaient voir les numéros physiques individuels en magasin avant d'acheter les albums, et donc connaître ainsi leur existence, ces comic books numériques ne sont accessibles qu'aux utilisateurs des bibliothèques numériques, qui elles-mêmes peuvent être inconnues d'une majorité des clients potentiels. Il s'agit donc d'une stratégie communicationnelle visant à attirer l'attention sur le produit qu'est la plateforme de lecture. Enfin, ces « Digital First » sont un moyen de produire des contenus dont le thème n'aurait pas été suffisamment populaire pour être jugé rentables : histoires tirées de contenu multimédia (jeu vidéo, jouets, séries télévisées), ou complémentaires à des récits hors-continuité (et donc visant un public déjà restreint).

Le début des années 2000 vit l'apparition en Corée du format communément appelé « webtoon ».⁴¹ Il s'agit de « manhwas », bandes dessinées coréennes, nativement numériques. Très vite, ces webtoons ont acquis le format qui les caractérise actuellement : une mise en page verticale profitant du défilement de l'écran pour présenter une seule case en perpétuelle transformation, contrastant avec le « gaufrier » plus traditionnel en bande dessinée.⁴² En août 2021, DC annonça un partenariat avec la plateforme Webtoon, propriété de l'entreprise Naver Corporation, selon les termes duquel la maison d'édition réaliserait des séries destinées à une publication exclusive sur la plateforme. Le premier des titres concernés⁴³ commença à sortir en septembre 2021, et trois autres séries⁴⁴ ont depuis rejoint l'offre de la maison d'édition. En septembre 2021 toujours, Marvel lança vingt-sept séries labellisées « Infinity Comics », au format similaire à celui des webtoons et exclusives à la plateforme Marvel Unlimited. Plus de soixante-douze séries font maintenant partie de cette gamme.

Il est notable que certains de ces « Marvel Infinity Comics » sont des rééditions de séries publiées au format papier et pensées en tant que telles au moment de leur création. Ces rééditions se comprennent dans une perspective de promotion transmédiatique des propriétés intellectuelles du groupe. Par exemple, les sept numéros du troisième volume du comic book *Eternals*⁴⁵ furent adaptés en onze numéros au début de l'année 2022, dans le cadre de la promotion du film « Eternals ».⁴⁶

⁴⁰ Plusieurs numéros numériques étaient donc regroupés en un numéro physique.

⁴¹ Mot-valise formé par la contraction des mots « webscroll » et « cartoon ».

⁴² Ce terme renvoie à la division de la page en plusieurs bandes de hauteur constante, elles-mêmes divisées en plusieurs cases, dont le nombre peut varier d'une bande à l'autre. (Peeters, 2010 : 51)

⁴³ *Batman: Wayne Family Adventures*, scénarisé par CRC Payne, dessiné par Maria Li, encré par Rett Bloom et et Lan Ma, mis en couleurs par Jean Mi et lettré par Kielamel Sibal.

⁴⁴ *Zatanna & the Ripper*, écrit par Sarah Dealy, dessiné par Maria Li, encré par Syro, mis en couleurs par Elena Grishina et lettré par Juliette GMM López ; *Vixen: NYC*, scénarisé par Jasmine Walls, dessiné par BBM, encré par Manou Azumi et Toby Fan, mis en couleurs par Hailey Stewart et lettré par Micah Myers ; *Red Hood: Outlaws*, scénarisé par Patrick R. Young, dessiné par Nico Bascuñán, encré par Nico Bascuñán, Javier Rodríguez Végares et Sebastián Franchini et mis en couleurs par Javier Rodríguez Végares.

⁴⁵ Écrits par Neil Gaiman, dessinés par John Romita Junior, encrés par Danny Miki et Tim Townsend, mis en couleurs par Matt Howlingsworth, Dean White et Paul Mounts, et lettrés par Todd Klein, sortis originellement entre le 21 juin 2006 et le 28 février 2007.

⁴⁶ Réalisé par Chloé Zhao et sorti en novembre 2021.

Les cinq premiers numéros de la série *Thor: God of Thunder*⁴⁷ furent republiés sous la forme de sept numéros rendus disponibles le 21 juin 2022, dans le cadre de la campagne promotionnelle pour le film « Thor: Love and Thunder ».⁴⁸ Ces exemples posent la question de la transposition du contenu d'un format vers un autre : les histoires ont originellement été publiées sur une vingtaine de pages dans des fascicules qui utilisaient le gaufrier, et sont ici transposées pour une lecture sur écran de téléphone qui recourt au défilement vertical. Le premier changement opéré est donc l'abandon de la division en pages, suivi de l'uniformisation du format des cases : elles doivent en effet toutes occuper l'écran de la même manière. Ce procédé peut être comparé au cas hypothétique où l'on redécouperait une bande dessinée en transposant chaque case sur une page entière et en les redimensionnant pour qu'elles occupent tout l'espace de la planche, sans pouvoir les tourner au format paysage. Si le retrait du paratexte et la réorganisation des pages dans le cadre de comic books numérisés entraînaient déjà une perte de sens, cette adaptation l'amplifie considérablement. La taille des cases est en effet l'une des sources majeures du rythme et d'orientation du regard du lecteur de bande dessinée (Robert, 2018 : 58). En donnant à toutes les cases la même taille, il devient impossible de distinguer quel moment le dessinateur souhaitait mettre en avant ou bien minimiser. Tout effet jouant sur l'appréhension d'emblée des cases disposées sur la page par le lecteur sera perdu, tout comme les effets d'insertion ou de débordement d'une case sur l'autre. Enfin, et comme le montre le nombre de numéros présenté, les histoires sont redécoupées, perdant ainsi le rythme même de l'intrigue, créant des chutes là où il n'en existait pas dans la publication initiale, et interrompant le récit là où il était pensé comme continu par les auteurs (Baroni & Dufays, 2017 : 109). Seul un petit nombre des Infinity Comics correspond à cette formule, et la quantité de numéros ainsi transposés est donc minime par rapport aux publications totales de Marvel. L'arc narratif de *Thor: God of Thunder* qu'adapte le film *Thor: Love and Thunder* couvre plus que les cinq numéros concernés. Notons également que seuls sont crédités les auteurs des histoires d'origine, les responsables du changement de format restent anonymes. Le travail réalisé s'apparente pourtant à une réécriture des histoires, que ce soit au niveau du redimensionnement des cases ou de la fragmentation des intrigues.

Ces deux initiatives éditoriales s'inscrivent dans la lignée des précédentes en ce qu'elles reconnaissent l'émergence et le développement massif de nouvelles pratiques de lecture et de consommation des productions culturelles, dans le cas présent via les smartphones et les tablettes, et s'y adaptent pour ne pas perdre de parts de marché. Le contraste entre les approches utilisées est frappant : si les deux maisons d'édition ont choisi de miser sur une plateforme au lectorat acquis, le recours par DC à une entité extérieure au groupe Warner Media indique un scepticisme vis-à-vis de la réussite de la plateforme DC Universe Infinite, en opposition avec la décision de Marvel de privilégier leur propre plateforme, utilisant ces séries exclusives comme un argument commercial supplémentaire pour inciter les lecteurs à s'y abonner.

⁴⁷ Écrits par Jason Aaron, dessinés et encrés par Esad Ribić et mis en couleurs par Ive Svorcina, publiés entre le 14 novembre 2012 et le 20 février 2013.

⁴⁸ Réalisé par Taika Waititi et sorti en juillet 2022.

Conclusion

La manière dont DC et Marvel abordent la question des comic books numériques s'inscrit dans la continuité de leurs décisions éditoriales concernant la création et la distribution de leurs produits. Avec l'apparition de nouveaux circuits de diffusion, les deux maisons d'édition ont d'abord produit des contenus similaires à ceux destinés aux débouchés classiques, n'exigeant pas de stratégie ou de compétence propres. Avec le temps, un mélange de curiosité de la part des créateurs et d'opportunités artistiques et commerciales a mené à des expériences stylistiques plus ou moins couronnées de succès, en parallèle de l'intensification des productions pensées pour ces nouveaux canaux et supports.

Les différences dans la manière et la vitesse à laquelle les deux maisons d'édition se sont emparées de ces possibilités tiennent à leurs situations respectives pendant les différents tournants de ce processus. Ainsi, Marvel était à la recherche de toutes les opportunités commerciales durant la première décennie des années 2000, et multipliait les concepts et les tentatives de débouchés (Howe, 2013 : 426). À l'inverse, DC bénéficiait d'une position stable grâce à son imbrication au sein du groupe Warner Medias. Au début des années 2020, Marvel était devenu une partie centrale du groupe Disney et en appliquait la consigne de concentration des plateformes, là où la stratégie transmédia du groupe Warner apparaissait incertaine et changeante.

Les comic books produits sous ces auspices ouvrent quant à eux des questionnements sur la transposition de la bande dessinée d'un support à un autre, ainsi que sur la place de leur matérialité dans leur perception par les lecteurs. Il apparaît clair que le changement de support entraîne une modification du fonctionnement de la bande dessinée. Chacune des deux maisons d'édition a mis en place des initiatives tentant de tirer parti des nouvelles possibilités dont elles ont perçu l'émergence, avec des résultats inégaux. Les succès qu'elles ont obtenus sont venus de l'expérience d'une autre branche de la bande dessinée – les webtoons – transposée à leurs propres produits.

Il semble donc que le comic book numérique n'est vu par les deux grandes maisons d'édition de super-héros américaines que comme un débouché complémentaire à leurs produits, qui restent pensés pour le format papier et les deux circuits de distribution classiques que sont les magasins spécialisés pour les numéros individuels et les librairies pour les albums.

Bibliographie

- ARRANT, C. (2021), « Comixology app update will bring faster downloads, better searching, and full Amazon integration », *GamesRadar* [en ligne], consulté le 02/06/2023, <https://www.gamesradar.com/comixology-fall-2021-update/>
- BARONI, R., DUFAYS, J.-L. (2017), *Les rouages de l'intrigue : les outils de la narratologie postclassique pour l'analyse des textes littéraires*, Genève, Suisse, Slatkine Érudition.
- GABILLIET, J.-P. (2004), *Des comics et des hommes : histoire culturelle des comic books aux États-Unis*, Nantes, France, Éd. du temps.
- HATFIELD, C. (2012), *Hand of fire: the comics art of Jack Kirby, Jackson*, États-Unis d'Amérique, University Press of Mississippi.
- HEALEY, K. (2009), « When Fangirls Perform: The Gendered Fan Identity in Superhero Comics Fandom », *The Contemporary Comic Book Superhero*, Routledge.

- HOWE, S. (2013), *Marvel Comics: The Untold Story*, Harper Collins.
- KIDMAN, S. (2019), *Comic Books Incorporated: How the Business of Comics Became the Business of Hollywood*, First edition, Oakland, California, University of California Press.
- LERER, M. (1983), *Marvel Age*, vol. 1, n°9.
- LEVITZ, P. (2010), *75 Years of DC Comics: The Art of Modern Mythmaking*, Taschen.
- McMILLAN, G. (2014), « *Amazon Buys Digital Comics Company ComiXology* », Wired [en ligne], consulté le 02/06/2023, <https://www.wired.com/2014/04/amazon-buys-comixology/>
- PEETERS, B. (2010), *Lire la bande dessinée*, Paris, France, Flammarion.
- PHEGLEY, K. (2012), « *Marvel @ SXSW: Quesada Opens The All-Digital "Infinite Comics"* », CRB.com <https://archive.wikiwix.com/cache/index2.php?url=https%3A%2F%2Fwww.cbr.com%2Fmarvel-sxsw-quesada-opens-the-all-digital-infinite-comics%2F#federation=archive.wikiwix.com&tab=url> , consulté le 02/06/2023.
- ROBERT, P. (2018), *La Bande Dessinée, une Intelligence Subversive*, Lyon, Presses de l'Enssib.
- SCHWARTZ, J., THOMSEN, B. M. (2000), *Man of Two Worlds: My Life in Science Fiction and Comics*, HarperCollins.
- WASKO, J. (1994), *Hollywood in the Information Age: Beyond the Silver Screen*, 1st edition, Austin, TX, University of Texas Press.

Evaluation of the opinions of the students participating in the Turkey COMICS project on the implementation of the project⁴⁹

COMIX projesine katılan öğrencilerin projeye ilişkin görüşlerinin değerlendirilmesi

Prof. Dr. Levent MERCİN, Doç. Eren Evin KILIÇKAYA, Öğr. Gör. Elif DOKUR
Dumlupınar Üniversitesi, Kütahya, Türkiye

Özet

“Yaratıcı endüstriler”, yenilikler ile fikri mülkiyet yaratarak kâr ve iş geliştirmeyi kapsayan uygulamalı sanat alanlarını içerir. Tiyatro, görsel sanatlar, sinema, TV, radyo, müzik, yayıncılık işi, bilgisayar oyunları, yeni medya, mimari, tasarım, moda ve reklamcılık, kültürel ve yaratıcı endüstrilerin birer parçasıdır. Kültürel ve yaratıcı sektörler, yeni dinamik ekonomik faaliyet biçimlerinin öncüleri olarak kabul edilir. Toplum, endüstriyel bir toplum olmaktan entelektüel bir topluma geçerken, görevleri çözmeye yönelik yaratıcı yaklaşım, rekabet gücünün önemli bir faktörü haline gelir. İşte tam da bu yüzden 2014-2020 yılları arasında Avrupa Birliği, kültürel, yaratıcı ve görsel-işitsel sektörleri destekleme kapsamında yaratıcı Avrupa programı geliştirmiştir.

Yaratıcı kültür endüstrileri konusunun üzerinde durulması, Avrupa'nın dijitalleşen dünyadaki küresel rekabette yer alabilmesi için değerlendirilmesi gereken bir konudur. Çünkü yeni teknolojiler kültürü ve onun erişim araçlarını, kültür politikalarını ve uygulamalarını kökten değiştirmiştir. Pandemi dönemi, teknolojik boyutları ile katma değerleri yüksek olan kültürel, sanatsal veya eğlence içerikli mal ve hizmetlerin yaratılması ve yaygınlaştırılması hem şimdilerde hem de gelecekte dikkate alınması gereken bir konu olduğunu gösterdi. Avrupa, bünyesinde barındırdığı yenilikçiliğe ve yaratıcı yenilenmeye dikkat çekerek bunun bir araç olarak kullanılması ile istihdamın sağlanması, ücretli çalışma olanakları yanında kendi hesabına çalışanların mikro işletmeler kurmaları gerektiği üzerinde durmaktadır. Bu alanlardan biri ise çizgi roman olarak görünmektedir.

Yayıncılar, kitapçılar, kütüphaneler ve medya kütüphanecileri, şimdilerde ödünç verme sayılarını arttırmakta ve dijital okuma platformlarını güçlendirmektedirler. Bu durumdan dolayı birçok alan ve konu yanında çizgi roman'ın geleceği sorgulanır olmuştur. Bu noktadan hareketle yaratıcı endüstriler alanını genişletmek, yeni kitlelere erişmek için ortak çalışmalar ile köprüler kurmak, yeni yaratma biçimlerini geliştirmek gerekli idi. Buna ulaşmanın yolu ise geleceğin profesyonellerini eğitmekten geçmekte idi. Bu gerekçelerden hareket ile, örgün eğitim veren yükseköğretimdeki öğrencilerin ve genç profesyonellerin, kendi kendine eğitim alması veya özel eğitim alarak bu zorunluluğu yerine getirmesi gerekiyordu. Ortak çalışmalar çerçevesinde senaryo yazarlığı, çizerler arasındaki etkileşimler, dijital karakter ve animasyon üretim ekipleri oluşturmak, yeni dijital yaratma araçlarının ışığında kendi grafik tasarımları ve çizgi

⁴⁹ « Évaluation des opinions des étudiants participant au projet COMICS de Turquie sur la réalisation du projet », Levent MERCIN, Université Dumlupınar de Kütahya, Turquie.

romanları için yeni yaratıcı çözümlerde ustalaşmanın ve ayrıca animasyonlu görüntülerle ilgili olarak çizgi romanları harekete geçiren eserlerin ortak yaratım alanlarını keşfetmek, video oyunları ortaya koymak ve interaktif kitaplar yapmak hedeflenmiştir.

Bu araştırmada yukarıdaki gerekçelerden hareket ile gerçekleştirilen Comix projesine dâhil olan Türk öğrencilerin, Comix projesine ilişkin görüşlerini değerlendirmek amaçlanmıştır. Nitel yöntemlerden görüşme tekniği ile elde edilen veriler, içerik analizine göre değerlendirilmiştir. Açık uçlu 9 sorunun yöneltildiği sorulara ilişkin öğrenciler aşağıdaki görüşte olduklarını belirtmişlerdir: Öğrenciler,

- Genel anlamda farklı kültür ve insanları tanıma fırsatı bulmaları yanında çizgi roman konusundaki bilgi ve tecrübelerinin derinleştiği,
- Alanlarıyla ilgili kazanımlar elde ettikleri, çok farklı deneyimleri bu proje ile gerçekleştirdikleri ve Avrupa'da kendi alanları ile ilgili çalışmalar yapabilecekleri,
- Türkiye'de çok yaygın olamayan çizgi roman alanını daha çok algıladıkları, çizgi roman üretme ve basım aşamasına gelinceye kadar sürecin neler olduğu ve mesleğin önemini kavradıkları,
- Comix projesinin bir parçası olmaktan ve yeni arkadaşlıklar edinmekten çok mutlu oldukları,
- Bu proje sayesinde gurup çalışması ile neler yapılabileceğini öğrendikleri,
- Böyle bir proje tekrar edilseydi kesinlikle bu tarz bir projeye dâhil olmayı istedikleri,
- Projede kapsamında kendilerine ayrılan bütçe daha fazla olmalıydı, İspanya'ya da gidilmeliydi ve bazı okullardaki çalışma ortamı daha havadar olmalıydı,
- Çalışma ortamı hakkında önceden bilgilendirilmeleri iyi olurdu, dil öğrenme konusunda umduklarını tam anlamıyla bulamadıkları, online çalışma sisteminden verim alamadıkları,
- Farklı kültüre mensup bireylerin aynı iş ile ilgili düşünme biçimlerini öğrendikleri, gidilen ülkelerin mimari ve sanat değerlerini algıladıkları, hızlı ve işbirliğine dayalı çalışma kültürünü kavradıkları ve çalışma alanlarıyla ilgili farklı stil öğrendikleri görüşündedirler.

Elde edilen sonuçlara göre, bu tarz projelerin sayılarının artırılması, proje sürecinde farklı dilleri öğrenmeye daha fazla zaman ayrılması, ülke şartlarına göre tahsis edilen bütçelerin bu ülke şartlarına göre belirlenmesi, çalışma ortam (sınıf veya atölye) ve yöntemlerin (online) iyileştirilmesi önerilebilir.

Giriş

Proje, tanımlanmış hedeflere ulaşmayı amaçlayan tutarlı bir dizi faaliyet içeren bağımsız bir operasyondur. Yani hedefleri olan, hedef grupların problemlerini saptayan, somut sonuçları olan, sınırları belirlenebilen, bütçesi ve çalışma takvimi olan, tanımlanmış araçların ve kaynakların kullanıldığı bir çerçevedir (Mercin ve Yavuz, 2022). Projeler, sınıf içinde küçük öğrenci grupları ile yapılabileceği gibi bir sınıfın katılımı, diğer sınıfların katılı şeklinde veya duruma bağlı olarak bireysel bir şekilde de gerçekleştirilebilir. Ayrıca projeler disiplinler arası bir yaklaşımı içerir. Çünkü projelerin amacı, kapsamı, hedef kitlesi ve çıktıları bunu zorunlu kılar.

Proje, bireylerin sık sorduğu “ben bunu niye öğreniyorum?” sorusunun cevabıdır. Bu ve benzeri sorular bireyi hayata hazırlar. Proje sadece bir uygulama değil, kendi kendini doğrulayan ve heyecan verici bir faaliyettir. Çünkü o az bilinen veya bilinmeyen bilginin keşfini içerir. Proje bireylerin soruları bağımsız olarak resmi, sınanabilir, çözülebilir problemlere dönüştürmelerini sağlar. Bu tür çalışmalar samimi bir şekilde yapıldığı zaman bireyler genellikle proje çalışmasına kendilerini kaptırırlar ve çalışmanın zevkini tadarlar. Cevabın bulunması, sonucun öğrenilmesi veya tamamlanması insanı heyecanlandıran, haz duymasını sağlayan önemli bir keşif anı olabilir. (TUBİTAK, 2010).

Projelerin en önemli özelliği, insanı, canlıları ve çevreyi ilgilendirmesidir. Anonymou’a (2003) göre proje, bireylerin seçtikleri konu hakkında detaylı bilgi edinmesini, proje konusu bireysel olsa dahi akranlarıyla bilgi alışverişinde bulunulmasını, sosyal becerilerin geliştirilmesini, bu sayede iş yaşamında zamanı planlama, sorumluluk alma, iletişim becerilerini geliştirme ve kullanma, yaparak-yaşayarak öğrenme; projeler tamamlandıktan sonra onları hem sözlü, hem yazılı hem de görsel olarak sunma ve gelen eleştirilere ya da sorulara karşı savunma yapma ve akranlarıyla birlikte değerlendirme gibi gerçek hayatta özellikle de iş yaşamında gerekli olan becerileri sağlar.

Projelerin bağımsız olarak uygulanabilme özelliğinin yanı sıra sınıf ortamlarında bir yöntem olarak kullanıldığı zaman da faydalı kazanımları olduğu bilinmektedir. Bu anlamda Mercin’in (2017) yaptığı bir araştırmaya göre grafik tasarımda proje tabanlı öğrenme yöntemi, öğrencilere teknik anlamda neyi en iyi yapabildiklerini fark etmelerini sağladığı gibi güncel yaşamlarında var olan grafik tasarım problemlerini sorgulamalarına ve çözüm önerileri geliştirmelerine yardımcı olduğu, araştırma, inceleme ve bunları hem sözlü hem de yazılı olarak ifade etmelerine olanak verdiği, grafik tasarımın kullanım alanlarının ne kadar geniş olduğunu anlamalarına yardımcı olduğunu göstermiştir.

Yukarıdaki ifadelerden de anlaşılacağı gibi projeler, genel anlamda insan ve canlı yaşamına dokunabilecek sorun veya yenilikleri ele alan, onlara çözüm üreten ve inovasyon içeren, mevcut olanın geliştirilmesini destekleyen, sürdürülebilirlik kavramını önemseyen, belirli sınırları, bütçesi ve çıktıları olan, kısa veya uzun süreli olabileceği gibi hem teorik hem de uygulamalı alanları içeren faaliyetlerdir denilebilir. Her alanın kendine has farklı bileşenleri olsa da projeler günümüzün olanak ve çözüm süreçlerinde birçok farklı disiplinin bir arada işbirliği yapmasını gerektirmektedir. Örneğin çizgifilm animasyon ürünü çıktısı olacak bir projede, karakter tasarımcıları ve konsept sanatçıları kadar, bilgisayar mühendisi yazılımcıların da çalışması bir gereksinimdir.

Günümüzde her alanda proje hazırlanmaktadır. Bu projeler bilimsel, sanatsal, kültürler arası dialog, işbirlikli çalışma yaklaşımı, sosyal ve kültürel proje türünde olabilirken, bu projeler belediye, üniversite, kamu ve sivil toplum kuruluşlarının yürütücülüğünde gerçekleştirilebilmektedir. Bu projeler yerel kurumlar, bölge kalkınma ajansları, kamu ve şirketler, kültürel ve bilimsel projeleri destekleyen kurumlar, yerel sivil toplum kuruluşları vb., Dünya Bankası, uluslararası sivil toplum kuruluşları, Avrupa Birliği vb. gibi kurum ve kuruluşlar tarafından desteklenebilmektedir. Bu projeler kamuyu ilgilendiren altyapı projeleri olabildiği gibi, kültür ve sanata katkı sağlayıcı projelerde olabilmektedir. Ayrıca endüstriyel ve mühendislik alanlarındaki bir soruna çözüm getirebilecek projeler olabildiği gibi demokrasi ve insan hakları, kültürel ve dijital kalkınma, yaratıcı ekonomi, yeşil ekonomi, kültürel mirası koruma, sürdürülebilirlik, sosyal ve çevre sorunlarını içeren projeler de gerçekleştirilebilmektedir.

Son yıllarda teknoloji ile iletişim mecralarının çeşitlendiği ve hızla yayıldığı bir Dünya’da, her alanda bir gelişime adapte olma gereksinimi doğmuştur. Çünkü bu süreç hemen hemen her sektörde rekabetçi bir ortam oluşmasına yol açmıştır. Bu ortamda kültürel miras, kültür ve yaratıcı endüstriler önemli rol oynayan alanlardan biri olmuştur. Bu kapsamda ortaya çıkan ihtiyaç/ihtiyaçlar projeler ile çözümlenmeye çalışılmış ve çalışılmaktadır. Bunlardan biri de yaratıcı ekonomiler ile ilgili olanlardır.

Yaratıcı ekonomi, yaratıcı ve kültürel endüstrilerle yakından ilişkilidir. Kültür endüstrileri terimi, 1980’lerden beri gelen, kültürel üretim ve tüketim biçimlerine atıfta bulunulmuş bir kavram olmuştur. Konsept daha sonra UNESCO tarafından tüm dünyaya yayılmıştır. 80’lerde sanat, yazı, moda ve tasarım, medya ve zanaat üretimi müzik ve müzikle ilgili çok çeşitli endüstriler yavaş yavaş bu kavramın içerisine girmiştir (Boccellaa ve Salernob, 2016).

“Yaratıcı ekonomi” terimi 2000’li yıllarda popüler hale gelmiştir. 2000’li yıllardan bu yana, kültürel ve yaratıcı endüstriler giderek artan bir oranda ekonomik büyüme yaratmaya başlamıştır. Boccellaa ve Salernob’nun (2016) belirttiklerine göre Avrupa’da yaratıcı sektörlerde yaklaşık 8,5 milyon kişi istihdam ediliyor. Örneğin İtalya’daki duruma bakıldığında kültürel ve yaratıcı sektörlerin girişimleri ekonominin diğer sektörlerini de harekete geçirerek %15,6’sını oluşturdu. Kültür ekonomisinin yarattığı genel istihdama ilave olarak, tarihi, sanatsal ve mimari miras, performans sanatları ve görsel sanatlar alanlarında 1,4 milyon kişinin istihdamına katkı sağladığı, bu da İtalya’daki tüm istihdamın %5,9’u anlamına geldiği görülmüştür. Bir başka bulgu ise CCI’nın, bölgelerin rekabet avantajı işlerinin özellikle yaratıcı, yenilikçi ve anlamlı içeriği göz önüne alındığında, CCI, niceliksel ve niteliksel olarak gençlerin ve kadınların istihdamı için önemli bir varış noktası oluşturmaktadır. CCI’de girişimcilik, erkekler kadar tanınmasa da kadınları ve anneleri de güçlendirmiştir. Ayrıca CCI’nin gençlerin ve kadınların Avrupa toplumuna entegrasyonu ve aktif rolü üzerinde özellikle olumlu etkileri olabilir. Dikkat çekici bir şekilde, kar amacı gütmeyen CCI firmaları genellikle sosyal girişimcilik girişimlerini benimsiyor ve dolayısıyla AB toplumlarında dışlanan diğer grupları da destekliyor. Gustafsson, c. ve Lazzaro (2021). Birleşik Krallık’da 2019 yılı verilerine göre, yaratıcı endüstriler ülke genelinde doğrudan 2,1 milyon istihdam yaratırken, GSYİH’ya yüzde 6 oranında katkı sağlıyor. Öte yandan, yaratıcı endüstriler dolaylı olarak 1,4 milyon kişiye istihdam sağlıyor. (URL 1). Türkiye Cumhuriyeti Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı Yaratıcı Endüstriler Programı’nın resmi web sitesinde belirtildiğine göre “tüm dünyada 2 trilyon dolardan fazla gelir yaratan ve 30 milyondan fazla kişiye istihdam sağlayan yaratıcı endüstrilerin, gelişmekte olan ülke ekonomilerinin kalkınmasına büyük katkı sağlamaktadır”. (URL 2.). UNESCO 2022 ‘Yaratıcılık için Politikaları Yeniden Şekillendirme’ Küresel Raporuna göre; yaratıcı kültür endüstrileri, küresel ekonominin gayri safi hâsıla olarak % 3,1’ini ve tüm istihdamın % 6,2’sini oluşturuyor. Kültürel mal ve hizmetlerin ihracatı 2005’ten 2019’a kadar iki katına çıkarak 389,1 milyar ABD Doları seviyesine ulaşmış durumda. (URL 3). Ayrıca Avrupa’nın altı büyük ekonomi olan Almanya, İngiltere, Fransa, İtalya, İspanya, Türkiye; ve Asya Pasifik’in (APAC) üç büyük ekonomisi olan Japonya, Güney Kore ve Avustralya’yı inceleyerek hazırladığı “The Future of the Creative Economy” Raporunda yaratıcı ekonominin 2030 yılına kadar %40 büyüyeceği ve incelenen bu 9 ekonomide 8 milyondan fazla ek iş imkanı doğacağı öngörülmektedir. (URL 4).

Yarattığı katma değerini yanı sıra, yaratıcı endüstriler, birey-temelli ya da takım-temelli çalışmalara yatkın sektörler olarak dikkate alınmaktadır. Örneğin moda tasarım işleri ya da mimari işler, yaratıcı bir bireyin ya da grubun vizyonunu somutlaştırabilmek

için takımlara ihtiyaç duymaktadır. Ancak, sanat eserleri ya da yayıncılık gibi alanlarda vizyoner ya da üretici, aynı kişi olarak karşımıza çıkabilmektedir (Aslan, 2016).

Yaratıcı endüstriler, ticari ve fikri mülkiyet haklarından zenginlik yaratma potansiyeline sahip, yaratıcılık, beceri ve yetenek aracılığıyla anlam, içerik ve estetik niteliklerin üretilmesine odaklanan bir dizi bilgiye dayalı faaliyeti kapsar (Cruz ve Teixeira, 2023). Günümüzde kültürel ve yaratıcı endüstriler fikri haklara tabi tutulan edebiyat, TV, radyo, dizi, film ve sinema, müzik ve ses kayıtları, baskı ve matbaa, multimedya, zanaatlar; dijital tasarım dâhil olmak üzere tasarım mesleklerinin tümü (mimarlık, iç mimarlık, peyzaj tasarımı, endüstri ürünleri tasarımı, grafik tasarım, moda tasarımı vb.), plastik sanatlar, reklam alanları ve bunlarla ilgili tüm ticari faaliyetler; bilgisayar oyunları, animasyon, çizgi film ve motion grafikler gibi dijitalleşen dünya ile birlikte sanat ve teknolojinin buluştuğu yeni alanlar olarak birer birer yaratıcı endüstrilerin içine dâhil oluyor. Kültürel ve yaratıcı sektörler, yeni dinamik ekonomik faaliyet biçimlerinin öncüleri olarak kabul edilmektedir. Toplum, endüstriyel bir toplum olmaktan entelektüel bir topluma geçerken, çözüm odaklı yaratıcı yaklaşım, rekabet gücünün önemli bir faktörü haline geldi. İşte tam da bu yüzden 2014-2020 yılları arasında Avrupa Birliği, kültürel, yaratıcı ve görsel-işitsel sektörleri destekleme kapsamında yaratıcı Avrupa programı geliştirmiştir.

Modern ekonomilerdeki kültürel ve yaratıcı endüstriler politikası sadece Avrupa'da değil Dünya'da bir hedef olarak belirlenmiştir. Birleşmiş Milletler'in daimi organlarından olan Ticaret ve Kalkınma Konferansı (UNCTAD) tarafından 2021 yılının "Sürdürülebilir Kalkınma İçin Uluslararası Yaratıcı Ekonomi Yılı" olarak ilan edilmesi (THGM, 2022) bunun bir göstergesidir. Bu anlayış yöntem olarak da uygulanır hale de gelmiştir. Hatta bu yaklaşımın STEAM (Science, Technology, Engineering, Art, Mathematics) yaklaşımı ile birlikte yürütülmesi gerektiği anlayışı ile geliştirilmiştir. Örneğin Güney Avustralya'nın Adelaide şehrinde kültürel ve yaratıcı endüstriler Dünyanın en iyi prodüksiyon evlerinden bazılarında ev sahipliği yapan, uluslararası üne sahip görsel efekt yeteneklerini sunan, Güney Avustralya'nın birinci sınıf yaratıcı ekosisteminin hızla büyüdüğü ve hayal gücü ve yenilik kültürünün yeni girişimlere ilham verdiği ve sektörün en iyi küresel yeteneklerini kendine çektiği yer olmuştur. Çünkü artırılmış ve sanal gerçeklikteki etkileyici yetenek, eğlence dışında bile çok sayıda sektörde lider şirketler tarafından hızla benimsenir olmuştur. Savunma, madencilik, uzay, sağlık, otomotiv, mühendislik, mimarlık ve hatta turizm, eğitim, üretim süreçleri ve uzaktan yönetim için sürükleyici ve gerçekçi ortamlar oluşturmak için yaratıcı endüstrilerimizin gücüne ve teknik bilgisine giderek daha fazla güvenmektedir. Mobil, konsol ve PC oyunlarında uluslararası etkiye sahip olan bağımsız oyun sektörü bu sayede gelişmeye devam ederken Güney Avustralya'nın yaratıcı endüstriler sektörü patlama yaşadığı görülmüştür. (Cunningham ve McCutcheon, 2023).

Yaratıcı kültür endüstrileri konusunun üzerinde durulması, Avrupa'nın dijitalleşen dünyadaki küresel rekabette yer alabilmesi için değerlendirilmesi gereken bir konudur. Çünkü yeni teknolojiler kültürü ve onun erişim araçlarını, kültür politikalarını ve uygulamalarını kökten değiştirmiştir. Pandemi dönemi, teknolojik boyutları ile katma değerleri yüksek olan kültürel, sanatsal veya eğlence içerikli mal ve hizmetlerin yaratılması ve yaygınlaştırılması hem şimdilerde hem de gelecekte dikkate alınması gereken bir konu olduğunu gösterdi. Avrupa, bünyesinde barındırdığı yenilikçiliğe ve yaratıcı yenilenmeye dikkat çekerek bunun bir araç olarak kullanılması ile istihdamın sağlanması, ücretli çalışma olanakları yanında kendi hesabına

çalışanların mikro işletmeler kurmaları gerektiği üzerinde durmaktadır. Bu alanlardan biri ise çizgi roman olarak görünmektedir. “Çizgi roman; dijital ya da geleneksel yöntemlerle elle çizilmiş, mantıklı bir bütünlük ve süreklilik oluşturacak biçimde art arda gelen, her karesinde bir öyküyü anlatan, bunu da genellikle yazı baloncukları ile destekleyen, basılı olarak kullanılıp çoğaltılan görsel bir anlatı tasarımıdır. Çizgi romanlarda anlatılar genelde resimler ile ifade edilir”. (Uzun, 2021).

Bu çalışma kültür ve yaratıcı endüstrilerden biri olarak kabul edilen Çizgi roman üzerine kurgulanan; istihdam sağlama, mikro işletmeler kurulması ve yenilikçiliğe dikkat çekilmesi; kültürel, sanatsal veya eğlence içerikli mal ve hizmetlerin üretilmesi ve yaygınlaştırılması için geliştirilen COMIX adlı projeye Türkiye’den katılan öğrencilerin projeye ilişkin görüşlerinin ortaya konulması gerekliliğinden hareket ile gerçekleştirilmiştir.

Amaç

Bu araştırmada, “Comix Projesine Katılan Öğrencilerin Projeye İlişkin Görüşlerinin Değerlendirilmesi”ni yapmak amaçlanmıştır. Bu genel amaca bağlı olarak aşağıdaki soruların yanıtları aranmıştır:

1. Comix projesi ile daha önce bilmediğiniz neyi veya neleri öğrendiniz?
2. Comix projenize katılmaktan memnun oldunuz mu? Niçin?
3. Comix projesinin mesleğe bakış açınızı değiştiren yönleri oldu mu? Bunları açıklayabilir misiniz?
4. Comix projesinin akademik kültür açısından sizde oluşturduğu izlenim ne oldu, açıklar mısınız?
5. Comix projesinin toplumsal kültür açısından sizde oluşturduğu izlenim ne oldu, açıklar mısınız?
6. Comix benzeri bir proje önerisi gelseydi dâhil olmak ister miydiniz? Niçin?
7. Comix projesinde şu olsaydı daha iyi olurdu diyebileceğiniz unsurlar oldu mu, açıklayabilir misiniz?
8. Comix projesi eğitim sürecine ilişkin size göre en önemli gördüğünüz eksiklik eğer vardı ise nedir? Açıklayabilir misiniz?
9. Comix projesi eğitim sürecine ilişkin size göre en önemli gördüğünüz olumlu yönü ne idi, açıklayabilir misiniz?

Yöntem

Bu araştırma, genel tarama modellerinden ilgili literatür taraması ve nitel yöntemlerden biri olan görüşme tekniğinden yararlanılarak gerçekleştirilmiştir. Nitel araştırma kapsamında öğrencilere açık uçlu 9 adet soru yöneltilmiştir. Araştırma sorularına 7 öğrenci yanıt vermiştir.

Sorulara verilen cevaplar içerik analizi yöntemine göre analiz edilmiş ve yorumlanmıştır.

Bulgular ve Yorum

Araştırmanın bu boyutunda Comix projesinde görev alan Türk öğrencilere yöneltilen sorulara ilişkin onların görüşlerinin analizine ve yorumlarına yer verilmiştir. Buna göre araştırmada ilk soru; **Comix projesi ile daha önce bilmediğiniz neyi veya neleri öğrendiniz?** Olmuştur. Comix projesi ile daha önce bilmediğiniz neyi veya neleri öğrendiniz? Sorusuna ilişkin olarak öğrencilerin görüşleri şöyledir:

- Okuldayken çizgi roman dersi almış olsam da kalabalık bir ekiple çizgi roman üzerinde çalışmamıştım. Bu projede çizgi roman yapımı için nasıl ekip olunur onları öğrendim. Fransa ve İtalya'da çizgi romanın basımı, yayın süreci ve editörlerle nasıl çalışmamız gerektiği konusunda dersler gördük bunlar da sadece Türkiye'yi değil yabancı sektörü daha iyi tanımak açısından çok yardımcı oldu.
- Yeni insanlar, yeni bir çevre ve kültür tanımamızı sağladı.
- Yeni insanlar, yeni bir çevre ve kültür tanımamızı sağladı. Proje yönetimi ve pazarlanması gibi konularda oldukça faydalı deneyimler elde ettik.
- Diğer ülkelerden, kültürlerden insanların grup olarak çalışma prensibini.
- Bu projede, ekip halinde çalışmanın önemini ve ekip halinde çalışabilmeyi öğrendim.
- Grup olarak çalışmayı bu proje sayesinde daha çok öğrendim.
- Trailer yapmayı, Spin off ve Making Off'ların projede önemini ve diğer ülkelerden insanların çalışma tarzlarını gördüm.

Araştırmada birinci soruya ilişkin olarak öğrenciler, genel anlamda farklı kültür ve insanları tanıma fırsatı bulmaları yanında çizgi roman konusundaki bilgi, yöntem ve tecrübelerinin arttığı görüşündedirler.

Araştırmada ikinci soru, **Comix projenize katılmaktan memnun oldunuz mu? Niçin?** Olmuştur. Comix projenize katılmaktan memnun oldunuz mu? Niçin? Sorusuna ilişkin olarak öğrencilerin görüşleri şöyledir:

- Çok memnun oldum. Gerek kültürel gerekse bireysel olarak birçok şeyi öğrenme fırsatı yarattı. Farklı kültürlerden öğrencilerin nasıl çalıştıklarını ve nasıl bir disiplinle hareket ettiklerini görme şansım oldu. Aynı konu üzerinde farklı eserler yarattık ve düşünce şekillerini bizzat oraya giderek görmek bana yaratıcı fikirler edindirdi.
- Memnunum. Farklı ülkelerdeki farklı dili konuşan insanlarla bir arada ortak bir çalışma yapma deneyimi kazandım.
- Kendi adıma gayet memnunum eminim diğer birçok arkadaşım da aynı fikirde olacaktır çünkü bu süreçte kendi özgün projemizi tasarlayıp, finalize ederek iyi bir sorumluluk bilinci ve birikimi elde ettik. Bunun sonucunda aldığımız mükâfatla birlikte de bizim için tatmin edici bir deneyim oldu.
- Kesinlikle memnun oldum. Alanla ilgili kattığı beceri ve bilgiler bir yana benim için en önemlisi yurt dışından edindiğim güzel arkadaşlıklar oldu.
- Bu projeye katılmaktan çok memnun oldum. 4 farklı ülkenin bir arada gerçekleştirdiği bu projede 2 farklı ülke görmek ve oralarda zaman geçirmek çok mutlu etti. Gördüğümüz ülkelerin kültürleri ve farklı kültürlerden arkadaşlar edinmek farklı ülkelerin sanatçılarıyla bir araya gelmek bana çok fazla şey kattı.
- Sağladığı olasılar sayesinde kesinlikle memnun oldum.
- Evet, hem yurt dışından arkadaşlarla hem de proje ile ilgili her şey çok güzeldi en ufak bir pişmanlığım yok.

Araştırmanın ikinci sorusuna ilişkin olarak öğrenciler, genel anlamda Comix projesinin bir parçası olmaktan ve yeni arkadaşlıklar edinmekten dolayı çok mutlu oldukları görüşündedirler. Ayrıca farklı ülke ve kültür insanlarıyla bir arada çalışmaktan, deneyim edinmekten de mutlu oldukları anlaşılmıştır.

Araştırmada üçüncü soru, **Comix projesinin mesleğe bakış açınızı değiştiren yönleri oldu mu? Bunları açıklayabilir misiniz?** Olmuştur.

- Çizgi roman sanatçılığı Türkiye'de yurtdışında olduğu kadar baskın bir meslek değil ne yazık ki. Bu proje sayesinde çok değerli öğretmenlerden çok değerli bilgiler edinme şansım oldu. Bireysel düşünmek yerine çizgi romanımızı editleyen editörü baskı yapılırken ki sayfa düzeninin önemini ve onu yayınlayan yayıncıyı düşünerek hareket etmem gerektiğini öğrendim.

- Yeni bir bakış açısı kazandırdı. Özellikle çizgi romanımızda aynı sorundan bahsederken ortak bir yol nasıl izlenir, diğer ülkelerdeki ekipler neler düşündü, yeni bir fikir ve bakış açısı oluşturduğunu düşünüyorum.
- Mesleğe bakış açımı daha da sağlamlaştırdı diyebilirim. Kendi adıma işimi zaten ciddiye alıyorken, bu projede işin daha derin detaylarına inerek bakış açımızı genişlettik.
- Zaten ilgili olduğum çizgi roman disiplininde daha da heveslendirdi.
- Özellikle Fransa'da ESDAC okulunun görevlileri ve diğer ülkelerden arkadaşlarımızın ekip halinde çalışma sistemlerini gözlemleyebildim. Bu gözlemim mesleğe bakış açıma pozitif anlamda katkılar sağladı.
- Mesleğe olan bakış açımı değiştirmede ama daha çok derinleştirdi. Bu işi uzun zamandır yapan insanların nelere önem verdiğini gördük.
- Olmadı, daha önce düşündüğüm gibiydi.

Araştırmanın üçüncü sorusuna ilişkin olarak öğrencilerin, genel anlamda Türkiye'de çok yaygın olamayan çizgi roman alanını daha çok algıladıkları, çizgi roman üretme ve basım aşamasına gelinceye kadar sürecin neler olduğu ve mesleğin önemini kavradıkları görüşünde oldukları anlaşılmıştır.

Araştırmada dördüncü soru, **Comix projesinin akademik kültür açısından sizde oluşturduğu izlenim ne oldu, açıklar mısınız?** Olmuştur.

- Her ülkenin kendine has oluşturduğu bir akademik kültür olduğunu bu proje sayesinde daha iyi deneyimledim. Gittiğimiz okullarda çalıştıkları sınıfları görmek, dönem süresince yaptıkları işlere bakmak çalışma yöntemlerini görmeme yardımcı oldu.
- Farklı kültürler tanımış ve işlerini inceleme şansım oldu.
- Özellikle görsel hafızamızı zenginleştirmemizde bize çok fayda sağladığını düşünüyorum.
- Farklı kültürlerin bir grup projesinde çalışma prensibi, görev dağılımı ve tutkuları beni çok etkiledi.
- Akademik olarak kendime çizdiğim bir çizgi var ve bu çizgide ilerlemek ilerlediğimi hissetmek beni mutlu ediyor. Erasmus+ gibi 4 farklı ülkenin bir arada olduğu bu projede aktif olarak bulunmak Avrupa'da da kendi alanım ile ilgili bir şeyleri başarabileceğimi hissettirdi. Kendimi daha başarılı hissetmem anlamında büyük rol oynayan bir proje oldu.
- Çoğu yönden pozitif etkiledi.
- Akademik açıdan, Üniversite hayatımın bana kattığı en güzel tecrübeydi bu işe daha çok bağlanmamı sağladı.

Araştırmanın dördüncü sorusuna ilişkin olarak öğrenciler, genel anlamda böyle bir proje görev almaktan dolayı alanlarıyla ilgili yeni kazanımlar elde ettikleri, çok farklı deneyimleri bu proje ile gerçekleştirdikleri ve Avrupa'da kendi alanları ile ilgili çalışmalar yapabileceklerine olan özgüven duygusunu kazandıkları söylenebilir.

Araştırmada beşinci soru, **Comix projesinin toplumsal kültür açısından sizde oluşturduğu izlenim ne oldu, açıklar mısınız?** Olmuştur.

- Olumlu bir izlenimim oldu. Diğer ülkelerdeki şehirleri görmek, yemeklerini tatmak bana farklı perspektifler sağladı.
- Farklı bir kültür ile bir araya gelmek ve onların kendi içinde nasıl yaşadığını, nasıl çalıştıklarını ve bizlere nasıl aktardıklarını deneyimledim. Aynı şekilde bizde onlara nasıl aktaracağımızı gözlemledik.

- Farklı bir kültür ile bir araya gelmek ve onların kendi içinde nasıl yaşadığını, nelerle daha çok ilgilendiklerini gözlemlemenin hayata karşı olan bakış açımızı zenginleştirmesinin yanı sıra ileride çalışacağımız projelerde de daha rahat uyum sağlamamızı sağlayacağına inanıyorum.
- Farklı kültürleri tanımış oldum ve bu vizyonumu, insanlara bakış açımı değiştirdi.
- Çoğu yönden pozitif etkiledi.
- Diğer ülkelerin kültürlerini daha yakından tanımamı sağladı.

Araştırmanın beşinci sorusuna ilişkin olarak öğrenciler, genel anlamda bu proje sayesinde gurup çalışması ile neler yapılabileceğini öğrendiklerini, bakış açılarının zenginleştiğini, uyum becerilerinin geliştiğini, diğer kültürleri daha yakından tanıdıklarını belirttikleri saptanmıştır.

Araştırmada altıncı soru, **Comix benzeri bir proje önerisi gelseydi dahil olmak ister miydiniz? Niçin?** Olmuştur.

- Evet, dahil olmak isterdim. Ekip çalışmasını öğrenmek çok zorlu bir süreçtir. Comix gibi projelerle bu deneyimi kazanmak ilerideki iş hayatımızda bize yardımcı olduğunu düşünüyorum. Farklı kültürden insanlarla çalışmak da hem ortak dil olan İngilizce'mize katkıda bulunuyor hem de farklı perspektifler edinmemize sebep oluyor.
- Olmak isterdim. Farklı ülkelerle yeni deneyimler elde edebilirim.
- Olmak isterdim. Çünkü bize kattığı bunca şeyden sonra bu deneyimi, hatta belki daha iyisini tatmayı kim istemez ki. Ayrıca bu projede kazandığımız birikimle olası bir sonraki projede çok daha tecrübeli ve verimli olabileceğimiz için daha iyi sonuçlar da elde edebiliriz.
- Kesinlikle isterdim. Bu tarz projeler katılımcıya her zaman her konuda çok fazla şey katıyor.
- Kesinlikle dahil olmak isterdim. Farklı ülkeler görmek, farklı milletlerden insanlar tanıyıp arkadaşlık kurmak ve kendimi gösterebileceğim projelerde bulunmak beni çok mutlu etti. Bu projenin bana kattıklarını düşününce Comix'e benzer bir projenin bana katabileceklerini düşünmek bile çok güzel.
- Böyle bir projeyi reddetmenin pek bir anlamı yok. Tabii kabul ederdim. Kesinlikle yeni bir deneyim.
- Evet isterdim, tekrar böyle bir tecrübe yaşamak isterdim.

Araştırmanın altıncı sorusuna ilişkin olarak öğrenciler, genel anlamda böyle bir proje tekrar teklif edilseydi kesinlikle bu tarz bir projeye dâhil olmayı istediklerini ifade ettikleri anlaşılmıştır. Bu bulgu projeye yönelik olarak memnun kaldıklarını göstermektedir.

Araştırmada yedinci soru, **Comix projesinde şu olsaydı daha iyi olurdu diyebileceğiniz unsurlar oldu mu, açıklayabilir misiniz?** Olmuştur.

- Ben derslerin daha havadar sınıflarda ve daha çok zaman verilerek yapılmasını tercih ederdim.
- Maddi açıdan diyebilirim.
- Maddi anlamda daha rahat bir süreç geçirebilseydik bizim için daha iyi olabilirdi.
- Benim açımdan tek sıkıntı projenin kısa sürmesi idi. Daha uzun zaman dilimleriyle fiziksel bir etkinlik yapılsaydı daha güzel olabilirdi.

- Öğrencilere seyahat, konaklama ve yemek bütçesinden biraz daha fazla bütçe verilebilirdi. Proje devam ederken gittiğimiz ülkelerde projeyi ilerlettikten sonra 2-3 gün orada öğrencilerin de birbiriyle daha da kaynaşabilmesi için vakit ayarlanabilirdi.
- Ülkelerde daha uzun kalınması ve İspanyaya da gidilmesi gerekirdi.
- Olmadı.

Araştırmanın yedinci sorusuna ilişkin olarak öğrenciler, genel anlamda proje kapsamında kendilerine ayrılan bütçenin daha fazla olması gerektiği, proje paydaş ülkelerinden biri olan İspanya'ya da gidilmeliydi ve bazı okullardaki çalışma ortamının daha havadar olmalıydı görüşünde oldukları belirlenmiştir.

Araştırmada sekizinci soru, **Comix projesi eğitim sürecine ilişkin size göre en önemli gördüğünüz eksiklik eğer vardı ise nedir? Açıklayabilir misiniz?** Olmuştur.

- Hepimiz yurtdışına ilk çıktığımızda bilgisayarımızı yanımıza almamıştık bize verilen ipadlerden de her şeyi yapmak mümkün değildi ama bilgisayarını getiren arkadaşlarımızdan kullandık ve bir şekilde çözümü o hafta için bulduk. İtalya'da böyle bir olmadı ama daha önceden böyle bir bilgilendirme alsaydık Fransa'ya daha donanımlı gitme imkânımız olurdu ya okul bize donanım konusunda yardımcı olmalıydı.
- İlk etapta online çalışmamız bizi zorladı. Grup olarak çalışmalarda sıkıntılar yaşadım fakat sonrasında toparladık.
- Yeni dilleri öğrenmemiz ve geliştirmemiz vaadinde bulunulmasına rağmen bunun üzerinde fazla durulmadığını düşünüyorum.
- Yoktu.
- Başlarda öğrencilerle daha çok iletişim halinde kalınmasını isterdim.
- Yoktu.

Araştırmanın sekizinci sorusuna ilişkin olarak öğrenciler, genel anlamda çalışma ortamı hakkında önceden bilgilendirilmemelerinin bir eksiklik olduğu, donanım konusunda yeterli yardım alamadıkları, dil öğrenme konusunda umduklarını tam anlamıyla bulamadıkları, online çalışma sisteminden verim alamadıkları görüşünde oldukları belirlenmiştir. Bu sonuç, teknoloji ve ona bağlı materyallerin yaratıcı ve dijital sektörler için ne kadar çok hassas bir konu olduğunu göstermiştir.

Araştırmada dokuzuncu soru, **Comix projesi eğitim sürecine ilişkin size göre en önemli gördüğünüz olumlu yönü ne idi, açıklayabilir misiniz?** Olmuştur.

- En olumlu yönü yabancı arkadaşlarımızla ekip olup ortaya çıkardığımız işlerdi bence. Onların düşünce yapılarını bizim düşünce yapılarımızı görmüş oldum. Sürekli etkileşim içerisinde olduğumuz için İngilizcem daha da geliştirme fırsatı edindim.
- Stillerinden ve prensiplerinden etkilendim. Çünkü hızlı bir şekilde koordine oluyorlar ve çok hızlılar, disiplinliler.
- Özellikle farklı mekânlar, mimariler ve eserler görmek, ülkemizde bulunamayan bazı materyallere erişmiş olmak kişisel meslek alanım için ve ilerideki hayatım için bana büyük fayda sağladı.
- Her katılımcının bir şeyler üretmesi ve diğer katılımcılar ile iletişim, etkileşim halinde olması idi. Yukarıda da belirttiğim gibi farklı kültürlerden çok fazla şey öğrendik.
- Proje süresince eğitimler görmeye devam ettik ve bu eğitimler ileride iş hayatımda kesinlikle işime yarayacaktır. Kendi iş hayatımda uygulamam gereken çok değerli

eğitimler aldık. Bizlere bu eğitimleri veren çok kapsamlı öğretim görevlileri ile çalıştık ve anlamadığımız noktada bizlere anlatabilmek için de ekstra çaba ve emek sarf ettiler.

- *Olumlu yönü kesinlikle diğer ülkeden insanlar tanışabilmemiz ve onların bakış açısından görebilmemizde.*
- *Diğer Ülkelerden öğrencilerle bilgi alışverişinde bulunmak çok faydalıydı.*

Araştırmanın dokuzuncu sorusuna ilişkin olarak öğrenciler, genel anlamda farklı kültüre mensup bireylerin ortak yaptıkları aynı iş ile ilgili düşünme biçimlerini öğrendikleri, gidilen ülkelerin mimari ve sanat değerlerini algıladıkları, hızlı ve işbirliğine dayalı çalışma kültürünü kavradıkları, çalışma alanlarıyla ilgili farklı stil ve becerileri öğrendikleri ile diğer öğrencilerin çalışma disiplinlerini gözlemledikleri ve empati yapabildikleri görüşündedirler.



Görsel 1. Comix Projesi Türkiye Öğrenci Gurubu. Levent Mercin Arşivinden



Görsel 2. Comix Projesi işbirliği ile birlikte gerçekleştirilen 15. Çizgifilm Animasyon Festivali Cosplay yarışması jüri değerlendirme anı, Kütahya Dumlupınar Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi, Levent Mercin Arşivinden



Görsel 3. Comix Projesi işbirliği ile birlikte gerçekleştirilen 15. Çizgifilm Animasyon Festivali Cosplay Yarışma Öncesi Öğrenciler, Kütahya Dumlupınar Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi, Levent Mercin Arşivinden



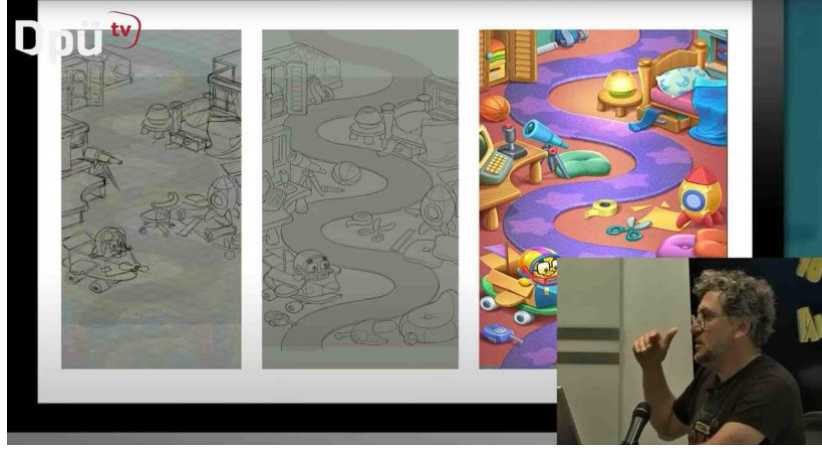
Görsel 4. Comix Projesi işbirliği ile birlikte gerçekleştirilen 15. Çizgifilm Animasyon Festivali Cosplay Yarışma Ödül Töreni, Kütahya Dumlupınar Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi, Levent Mercin Arşivinden



Görsel 5. Comix Projesi işbirliği ile birlikte gerçekleştirilen 15. Çizgifilm Animasyon Festivali, Kütahya Dumlupınar Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi, Levent Mercin Arşivinden



Görsel 6. 15. Çizgifilm Animasyon Festivali geleneksel Türk ebru sanatı uygulaması, Kütahya Dumlupınar Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi, Levent Mercin Arşivinden



Görsel 7. 15. Çizgifilm Animasyon Festivali, Oyun Tasarımcısı Uzmanının Peak Games Sunumu, Kütahya Dumlupınar Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi, Levent Mercin Arşivinden



Görsel 8. Comix Projesi işbirliği ile birlikte gerçekleştirilen 15. Çizgifilm Animasyon Festivali Cosplay Yarışmacılarının Yürüyüşü, Kütahya Dumlupınar Üniversitesi Güzel Sanatlar Fakültesi, Levent Mercin Arşivinden

Sonuç ve Öneriler

Kültür ve yaratıcı endüstrilerden biri olarak kabul edilen Çizgi roman üzerine kurgulanan; istihdam sağlaması, mikro işletmeler kurulması ve yenilikçiliğe dikkat çekilmesi; kültürel, sanatsal veya eğlence içerikli mal ve hizmetlerin üretilmesi ve yaygınlaştırılması için geliştirilen COMIX adlı projeye Türkiye’den katılan öğrencilerin projeye ilişkin görüşlerinin ortaya koymayı hedefleyen bu çalışmada aşağıdaki sonuçlara ulaşılmıştır.

Araştırmada elde edilen **birinci** sonuç, öğrencilerin genel anlamda farklı kültür ve insanları tanıma fırsatı bulmaları yanında çizgi roman konusundaki bilgi, yöntem ve tecrübelerinin derinleştiği anlaşılmaktadır. Avrupa Birliği Avrupa Parlamentosu ve Konsey Yönetmeliği’nin 2018 yılında yayımladığı raporda belirttiği “eserlerin ulusötesi dolaşımı sınırlı kalmaktadır. Bu nedenle, eserlerin sınırlar ötesinde dolaşımını ve ortak yapımını teşvik etmek, sınırlar ötesindeki izleyicilere ulaşmak için daha etkili çözümler geliştirmek önemlidir” anlayışını gidermek adına olumlu katkı sağlayabileceği

söylenbilir. (EU, 2018). Bu sonuç AU'nun bu tarz projeleri destekleme amaçlarından biri olan Avrupa değerlerinin diğer ulus ötesi ülkelere aktarılmasının COMIX projesi kapsamında sağlandığı anlamına geldiği söylenebilir. Ayrıca bu sonuç Chamorro-Koc ve diğerlerinin (2021) yılında Avustralyalı öğrencilerin yerel kültürü Kolombiyalı öğrencilerin bakış açılarından anlamayı amaçladıkları projede elde edilen sonuçlar ile benzerlik gösterdiği anlaşılmıştır. Bu projede Avustralya üniversite lisans öğrencilerini Kolombiya'daki bir üniversitede bir tasarım projesinde akran öğrencilerle işbirliği yapmaya götüren uluslararası bir çalışma turu sırasında öğrencilerin deneyimleri incelenmiştir. Buna göre projenin bilgi paylaşımına izin verdiği, kültürel duyarlılığı sağladığı; Kolombiyalı öğrencilerin Avustralyalı öğrencileri ve onların farklı tasarım yaklaşımlarını tanımaktan keyif aldığı, çalışma gezisi etkinliklerine katılımın derecelendirilmediğinden, tasarım çalışması yapmaktan, keşif yapmaktan ve ortak sunumlar gerçekleştirmekten keyif aldıkları anlaşılmıştır. Ayrıca bir tasarım projesinde işbirliği yapmak için her zaman yurtdışına seyahat edemeyecekleri için bu proje katılarak Avustralya çalışma turuna katılmalarının, uluslararası işbirliğine dayalı bir tasarım çalışmasının farklı yönlerini keşfetme fırsatı sağladığı belirlenmiştir.

Araştırmada elde edilen **ikinci** sonuç, öğrencilerin, genel anlamda Comix projesinin bir parçası olmaktan ve yeni arkadaşlıklar edinmekten dolayı çok mutlu olduklarıdır. Ayrıca farklı ülke ve kültür insanlarıyla bir arada çalışmaktan, deneyim edinmekten de mutlu oldukları anlaşılmıştır. Bu da paydaş ülkelerden biri olan Türkiye'deki bireylerin memnuniyetini göstermesi bakımından önemli bir bulgudur. Bu sonuç Sezgin'in (2021) tolerans olarak tanımladığı kavrama karşılık gelen bir uygulamayı içermesi olarak kabul edilebilir. Bu yaratıcı endüstriler için bir gereksinimdir. Ona göre Richard Florida'nın literatürde belirttiği 3T: teknoloji, talent ve tolerans denilen yaratıcı kümelerin ve hatta yaratıcı şehirler bağlamında da ele alınan uygulamanın varlığıdır. Girişimci özneler olarak da addedilen bu 3T yaklaşımında teknoloji, teknolojiye erişimi; yetenek (talent) derken yeteneği, yani nitelikli işgücünün bir araya gelmiş olmasını; ve en önemli şey ise tolerans denilen işte kapsayıcılık, açıklık ve çeşitliliğe imkân veren ortamlar oluşturmasıdır. Bu bir anlamda, birbirine benzer insanların bir araya gelmesi, benzer hedeflere yönelik benzer kaygıları, yani kafalarında benzer sorular olan insanları bir araya getirmesi bağlamında gerçekten çok önemli ve de merkezi bir mesele olarak da düşünebiliriz.

Araştırmada elde edilen **üçüncü** sonuç, öğrencilerin, genel anlamda Türkiye’de çok yaygın olmayan çizgi roman alanını daha çok algıladıkları, çizgi roman üretme ve basım aşamasına gelinceye kadar sürecin neler olduğu ve mesleğin önemini kavradıkları görüşünde oldukları anlaşılmıştır. Bu sonuç Avrupa Komisyonunun 2021 yılında sunduğu Kültürel miras ile Kültürel ve Yaratıcı Endüstriler (CCI’ler) başlığı altında yer alan bu alandaki Komisyon tarafından kolaylaştırılan araştırma, finansman, başarı öyküleri, ilgili politika özetleri ve ilgili projelerden biri olan “Geleceğimizi geçmişimizden inşa ediyoruz” adlı projenin “Yeşil, dijital ve yenilikçi Avrupa kültürel mirası için araştırma ve yenilik” ile “değerlerimizi dünya çapında tanıtırken yaratıcılığı, bağımsız düşünmeyi ve diyalogu geliştirir” çıktısıyla örtüştüğü söylenebilir. Öğrencilerin dijital ortamda herhangi bir çıktı almadan iki boyutlu ve hareketli eserler ortaya koymaları bakımından yeşil, Avrupa kültüründe var olan ama Türkiye’de yaygın olmayan çizgi roman deneyimlerini kavramaları ile Avrupa değerlerinin Dünya’ya yayılması bakımlarından anlamlıdır (URL 5).

Araştırmada elde edilen **dördüncü** sonuç, öğrencilerin, genel anlamda böyle bir proje görev almaktan dolayı alanlarıyla ilgili yeni kazanımlar elde ettikleri, çok farklı deneyimleri bu proje ile gerçekleştirdikleri ve Avrupa’da kendi alanları ile ilgili çalışmalar yapabileceklerine olan özgüven duygusunu kazandıkları söylenebilir. Bu sonuç Avrupa Birliği Avrupa Parlamentosu ve Konsey Yönetmeliği’nin 2018 yılında yayımladığı raporda belirttiği “Avrupa’nın zengin kültürel mirası ve dinamik kültürel ve yaratıcı sektörleri, Avrupa kimliğinin bir parçasıdır. Kültürel ve kültürel ifadeler, Birlik vatandaşlarının günlük yaşamında güçlü bir şekilde kendini gösterir ve refah, aktif vatandaşlık, ortak değerler, sosyal içerme ve kültürlerarası diyalogların yanı sıra özgür, çoğulcu ve çeşitli bir medya ortamının gelişimine katkıda bulunabilir” ifadelerine karşılık geldiğini gösterdiği söylenebilir. (EU, 2018). Ayrıca raporda yer alan “giderek daha rekabetçi hale gelen uluslararası pazarlarla yüzleşmek için belirlenen yeni Program, Avrupa’nın kültürel ve yaratıcı sektörlerinin ölçeklenmesini teşvik etmek için sınır ötesi ortaklıkları ve ağları ve yeni işbirliği modellerini destekleyecektir... Program, sanatçıların ve endüstri profesyonellerinin sınırlar ötesinde işbirliği yapmalarına izin vererek yaratıcı kapasitelerini geliştirmeye yatırım yapacak” (EU, 2018) ifadesinin de bu proje ile yerine getirildiği belirtilebilir.

Araştırmada elde edilen **beşinci** sonuç, öğrencilerin, genel anlamda bu proje sayesinde gurup çalışması ile neler yapılabileceğini öğrendiklerini, bakış açılarının zenginleştiğini, uyum becerilerinin geliştiğini, diğer kültürleri daha yakından tanıdıklarını belirttikleri saptanmıştır.

Araştırmada elde edilen **altıncı** sonuç, öğrencilerin, genel anlamda böyle bir proje tekrar teklif edilseydi kesinlikle bu tarz bir projeye dâhil olmayı istediklerini ifade ettikleri anlaşılmıştır. Bu bulgu projeye yönelik olarak memnun kaldıklarını göstermektedir.

Araştırmada elde edilen **yedinci** sonuç, öğrencilerin, genel anlamda proje kapsamında kendilerine ayrılan bütçenin daha fazla olması gerektiği, proje paydaş ülkelerinden biri olan İspanya’ya da gidilmeliydi görüşünde oldukları ve bazı okullardaki çalışma ortamının daha havadar olmalıydı görüşünde oldukları belirlenmiştir.

Araştırmada elde edilen **sekizinci** sonuç, öğrencilerin, genel anlamda çalışma ortamı hakkında önceden bilgilendirilmemelerinin bir eksiklik olduğu, donanım konusunda yeterli yardım alamadıkları, dil öğrenme konusunda umduklarını tam anlamıyla bulamadıkları, online çalışma sisteminden verim alamadıkları görüşünde

oldukları belirlenmiştir. Bu sonuç, teknoloji ve ona bağlı materyallerin yaratıcı ve dijital sektörler için ne kadar hassas bir konu olduğunu göstermiştir.

Araştırmada elde edilen **dokuzuncu** sonuç, öğrencilerin, genel anlamda farklı kültürlere mensup bireylerin aynı işi yaparken nasıl hareket edilmesi gerektiğine yönelik düşünme biçimlerini öğrendikleri, gidilen ülkelerin mimari ve sanat değerlerini algıladıkları, hızlı ve işbirliğine dayalı çalışma kültürünü kavradıkları, çalışma alanlarıyla ilgili farklı stil ve becerileri öğrendikleri ile diğer öğrencilerin çalışma disiplinlerini gözlemledikleri ve empati yapabildikleri görüşündedirler.

Elde edilen sonuçlara göre, bu tarz projelerin sayılarının artırılması gerektiği söylenebilir. Çünkü sürdürülebilirliğin ve amaca ulaşmanın bir yolunun da tekrarlar olduğu bilinmektedir. Gerçekleştirilen bir araştırmada, Uriarte, DeFilippi, Riccaboni ve Catoni'nin (2019) festivaller ve kurumsal ortamları arasındaki ilişkileri ve bu ilişkilerin festival yönetimini nasıl şekillendirdiğini incelemeyi amaç edinen bir çalışmada, İtalya'daki fantezi kültürüne adanmış en büyük festival olan Lucca Comics & Games adlı karmaşık bir projenin kurumsal mantığı ve çalışma uygulamaları analiz edilmiştir. Festivalleri incelemenin, proje tabanlı örgütlenmenin temel yönlerini anlamak için genel olarak gerekli olduğu savunulmuştur. Kurumların sürdürülebilirliğinin, festivallerin istikrarlı bir biçimde birbirini izlemesine, organizasyona veya alana yeni üyelerin girmesine, alanın yeni ve beklenmedik yönlerdeki gelişimine, teknoloji ve demografi gibi tüm kurumsal faktörlerdeki değişiminin çokluğuna bağlı olduğu belirlenmiştir. Ayrıca rekabet eden kurumsal mantık nedeniyle ortaya çıkan çoklu gerilimlerin, ileriye dönük araştırmalar için yeni düşünme yolları açabileceği üzerinde durulmuştur. Çünkü tek bir proje olarak başlayan birçok festivalin, farklı normları, standartları ve iş uygulamalarını yaygınlaştırırken kendi kalıcı organizasyonel/kurumsal ortamlarının yaratılmasıyla sonuçlandığı anlaşılmıştır. Bu çerçevede festivallerin, etkin bir festival organizasyonu tarafından organize edilen, pazarlanan ve yönetilen olgular olarak karşımıza çıktığı anlaşılmıştır. Festivali gerçekleştirmek için gerçekleştirilen etkinlikler, proje çalışması olarak değerlendirilmiştir. (Muir, 1986; Akt: Uriarte, DeFilippi, Riccaboni ve Catoni'nin (2019)). Araştırmada elde edilen diğer sonuçlara göre proje sürecinde farklı dilleri öğrenmeye daha fazla zaman ayrılması gerektiği, bütçelerinin ülke şartlarına göre belirlenmesi gerektiği, çalışma ortam (sınıf veya atölye) ve yöntemlerin (online) iyileştirilmesi gerektiği önerilebilir. Yapılan başka bir araştırmada, sanatsal ve proje yönetimi değerleri arasındaki gerilimler ve yaratıcı endüstriler ile ilgili projelerdeki tavizler incelenmiştir. Araştırmada proje yöneticilerinin yalnızca araçsal proje yönetimi ilkelerine değil, aynı zamanda yaratıcı çalışanların memnuniyetine ve günlük desteğine ve müşterilerle eğitici türde bir ilişkiye odaklanması durumunda uzlaşmanın sağlanabileceği sonucuna ulaşılmıştır. Yaratıcılık ve proje yönetimi değerleri arasındaki gerilim göz önüne alındığında, bir uzlaşmaya varmak, yaratıcı endüstrilerdeki projelerin uygulanabilirliği için bir koşul olduğu anlaşılmıştır. (Bérubé and Gauthie, 2023).

Kaynakça

Aslan, G. (2016). Yaratıcı Endüstrilerin Yükselişi: Geçmiş, Bugün ve Gelecek. Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi. s.109-122. <https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/461290>

Bérubé J. ve J. B. Gauthie (2023). Managing projects in creative industries: A compromise between artistic and project management values. Creative Industries Journal, vol. 16, no. 1, 76 - 95. <https://doi.org/10.1080/17510694.2021.1979278>

Boccellaa, N. ve I. Salernob (2016). Creative Economy, Cultural Industries and Local Development. *Social and Behavioral Sciences* 223 (2016) 291 – 296. Available online at www.sciencedirect.com. doi: 10.1016/j.sbspro.2016.05.370

Chamorro-Koc, M.; G. C. Amayo; A. V. Vasquez; I. F. Rodriguez; C. R. Nates (2021). Wearables of the past and the future: An immersive and cross-cultural learning experience of undergraduate students in an international design collaboration. *Creative Industries Journal*. 15:3, 293-316, ISSN: <https://www.tandfonline.com/loi/rcij20>. DOI: 10.1080/17510694.2021.1939539. Pages 293-316

Cruz, S. S. ve A. C. Teixeira (2023). The spatial location choices of newly created firms in the creative industries. *Creative Industries Journal*. <https://doi.org/10.1080/17510694.2023.2165372>

Cunningham, S. ve M. McCutcheon (2023). Rearticulating the creative industries-STEM relationship: the case of innovation precincts in South Australia, *Creative Industries Journal*, 16:1, 22-41, DOI: 10.1080/17510694.2021.195908

EUROPEON COMMISSION (2018). Proposal for a Regulation Of The European Parliament And Of The Council Establishing The Creative Europe Programme (2021 to 2027) and repealing Regulation (EU) No 1295/2013. COM/2018/366 final - 2018/0190 (COD)

Gustafsson, C. ve E. Lazzaro (2021). The Innovative Response of Cultural and Creative Industries to Major European Societal Challenges: Toward a Knowledge and Competence Base. 2021, 13(23), 13267; <https://doi.org/10.3390/su132313267>

Mercin, L. (2017). Grafik Tasarım Eğitimi Proje Tabanlı Uygulama Yöntemi Üç Alan Yaklaşımı. 1. Uluslararası Sanat Eğitimi Sempozyumu, Pamukkale Üniversitesi, 20-22/04/2017, Denizli, s.147-148.

Mercin, L. ve F. Yavuz (2022). Grafik Tasarım I. İstanbul: İstanbul Üniversitesi Açık ve Uzaktan Öğretim Fakültesi Yayınları. ISBN: 978-605-07-1159-2. s. 1-191

Sezgin, S. (2021). "Gençliği Yaratıcı Ekonomiye Hazırlamak: Dünyada ve Ülkemizde Kuluçka Merkezleri ve Girişimcilik". 2021 Yaratıcı Ekonomi Yılı Konuşmaları. Türkiye Cumhuriyeti Kültür ve Turizm Bakanlığı, Ankara.

Telif Hakları Genel Müdürlüğü (THGM) (2022). 2021 Yaratıcı Ekonomi Yılı Konuşmaları. Türkiye Cumhuriyeti Kültür ve Turizm Bakanlığı, Ankara.

TUBİTAK (2010). Ortaöğretim Öğrencileri Arası Araştırma Projeleri Yarışması 2010 Proje Rehberi. Ankara.

Uriarte, Y. T.; R. DeFilippi; M. Riccaboni; M. L. Catoni (2019). Projects, institutional logics and institutional work practices: The case of the Lucca Comics & Games Festival. *International Journal of Project Management* Volume 37, Issue 2, February 2019, Pages 318-330.

URL 1. <https://tbmag.co.uk/yaratıcı-endustriler-ekonomik-buyumenin-lokomotifi-olmaya-aday/> adresinden 01.04.2023 tarihinde erişilmiştir.

URL 2. <https://rekabetcisectorler.sanayi.gov.tr/en/cati/?projectCode=TR14C1.2.07> adresinden 03.04.2023 tarihinde erişilmiştir.

URL 3. https://research-and-innovation.ec.europa.eu/research-area/social-sciences-and-humanities/cultural-heritage-and-cultural-and-creative-industries-ccis_en adresinden 01.04.2023 tarihinde erişilmiştir.

URL 4. <https://tbmag.co.uk/yaratıcı-endustriler-ekonomik-buyumenin-lokomotifi-olmaya-aday/> adresinden 03.04.2023 tarihinde erişilmiştir.

URL 5. <https://tbmag.co.uk/dunyada-yukselen-deger-yaratıcı-endustriler/> adresinden 03.04.2023 tarihinde erişilmiştir.

Uzun, A. (2021). Çizgi Roman ve Yeni Sunum Biçimleri, Yüksek Lisans Tezi, Birleşik Sanatlar Anasanat Dalı, Kütahya Dumlupınar Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü.

Evaluation of cosplay activities according to participant student opinions⁵⁰

Lec. Elif DOKUR, Assoc. Prof. Eren Evin KILIÇKAYA, Prof. Dr. Levent MERCIN
Dumlupınar University of Kütahya, Turkey

Abstract

Cosplay, which has become a popular art in the world and attracts the attention of people, has been in great demand recently. Thanks to the cosplay events that are becoming more and more widespread every day, the characters were kept alive with cosplay activities which is a different approach, inspired by many animated movie characters, comic book characters and anime. Artists or individuals who are interested in cosplay, first designed the character with various costumes and make-ups, and then took on their personalities and made this art a form of expression. In short, artists or individuals who are interested in cosplay carry the character they admire from the virtual environment or their own fantasy world to real life.

In recent years, it has been very popular in Turkey, and cosplay activities have started to be held in many different cities, especially in Istanbul. People who are interested in this art have been mobilized with many cosplay meetings, fairs and competitions. The masses interested in cosplay have gradually increased, and besides the way of reflecting the existing cartoon world to real life, these artists and individuals have been able to express themselves in a unique way by using the features of many branches of art.

Artists and people interested in cosplay can participate in cosplay, which is held in the Fine Arts Faculties of Universities in Turkey, sometimes in the form of springfest walks and sometimes as a competition within the scope of the Cartoon Animation Festival. Continuing its cosplay activities for 15 years, Kütahya Dumlupınar University Faculty of Fine Arts draws attention in this sense. It also included the cosplay event at the "Cartoon Animation Festival", which was held for the fifteenth one in 2022, and brought together artists and people who are interested in cosplay. Kütahya Dumlupınar University, which hosts colorful images every year thanks to this event, awarded the best cosplayers in the cosplay competition it organized in 2022, with a jury evaluation with both national and international participation.

The general purpose of this research is to evaluate the opinions of the students who participated in the cosplay competition organized by the Faculty of Fine Arts of Kütahya Dumlupınar University in 2022. In addition, the motivating aspects of the cosplay activity of the students and the disadvantages, if any, were questioned. In the research, the general scanning models, the scanning of the relevant sources and the interview technique, which is one of the qualitative methods, were used. In the research, scanning of the relevant sources from general scanning models and interview technique from qualitative methods were used. Regarding the questions to

⁵⁰ « Évaluation des activités de cosplay selon les opinions des étudiants participants aux activités », Elif DOKUR, Eren Evin KILIÇKAYA, Levent MERCIN, Université Dumlupınar de Kütahya, Turquie.

which 10 open-ended questions were asked, the students stated that they had the following opinion. Accordingly, students generally;

- They want to have fun in the cosplay competition in general and to revive the cartoon and comic book characters that they are a fan of,
- To relieve exam stress and get to know other participants in the cosplay competition,
- With the cosplay contest, they got to know many new characters, had the opportunity to examine new characters, and through this event, more people were aware of the cartoon animation section,
- They are very happy and excited to be a part of the cosplay competition,
- If the cosplay contest was repeated, they would definitely want to participate in such an event,
- Developing their communication power by making new friends with the cosplay competition,
- Regarding the competitions to be held in the future, a common concept in cosplay costumes can be determined by holding the event in a larger venue,
- Thanks to the cosplay competition, they see what they can do and this situation motivates them,
- When they are preparing for cosplay, they especially understand the importance of using time efficiently, improving their manual skills, and helping each other,
- They have the opinion that students should also be included in the voting for the cosplay competition.

In line with these results, the students are interested in the cosplay competition and they may hear in the future; It is understood that their self-confidence increased, they made new friendships, they learned to use time efficiently, they relieved the stress of exams, they got to know different animation characters, and they themselves should be included in the evaluation process. According to the data obtained, it can be suggested to include students in this type of competition evaluation jury and to ensure that the competition venue is wider.

Introduction

Cosplay is an activity where fans dress up as their favorite characters, especially from anime, comics, video games, and movies. It involves not only wearing costumes but also mimicking the character's behavior, expressions, and speech. Cosplayers typically continue to follow video games, movies, and manga, and watch their favorite TV shows weekly. Although fictional characters and places do not exist, viewers are transported into a fictional world. Cosplayers use their imagination to become part of different characters and universes, offering them identities and experiences they don't have in real life. Another essential aspect of cosplay is personal expression freedom. Cosplayers can reinterpret the clothing style and behaviors of their chosen characters according to their own personal style and creativity, allowing each cosplayer to develop a unique style and increasing diversity in the cosplay community. Most fans prefer to cosplay as characters with similar personalities to theirs. However, some cosplayers choose animated characters with personalities that are completely opposite to theirs. The reason for this preference is that they want to experience different personality types. The difficulty of impersonating these new characters excites them. In addition

to choosing specific characters for cosplay, cosplayers also develop their aesthetic values.

The origin of cosplay is believed to be Japan in the early 1980s. The first cosplay event was held at a science fiction event in the city of Nagoya in Japan. Later, cosplay culture spread outside of Japan and became popular in many countries. Cosplay's popularity has greatly increased with the rise of social media and increased cultural recognition. Today, cosplay events are held worldwide, and millions of fans attend these events. Cosplay events can take many different forms, focusing on a particular topic such as anime, comics, or video games. They provide participants with the opportunity to express themselves, use their creativity, and interact more with their favorite characters. These events usually bring together individuals who portray original characters or iconic characters from popular culture. Cosplay is not just a clothing style or hobby; it is also an art form and a community. Cosplay fans can connect with each other through the internet and social media, exchange ideas about costume-making and character portrayal. Cosplay events can be of many different types. For example, these include anime, comics, or video games.

Cosplay events are not just about dressing up and imitating characters. In these events, fans can meet and socialize with each other, discuss their interests, and participate in various competitions. Cosplay competitions can have different categories such as best costume, best performance, or best makeup. Cosplay events are held multiple times every year all around the world. For example, large events like San Diego Comic-Con, New York Comic-Con, and Dragon Con in the United States bring together thousands of fans. Additionally, many cosplay events are held in Europe, Asia, and other regions. The most famous cosplay event held in the United States is San Diego Comic-Con. This event is considered the largest comic, anime, and pop culture event in the world. Held every July, San Diego Comic-Con hosts thousands of attendees and features various panels, events, and competitions, such as cosplay contests, costume contests, autograph sessions, and special film screenings. New York Comic-Con is another cosplay event held in one of the largest cities in the United States. Many cosplay events are also held in Europe, such as MCM Comic-Con in the UK, which is the largest comic, anime, and pop culture event in Europe. Gamescom, held in Germany, is considered the world's largest video game event and also features cosplay competitions. Comiket, held in Japan, is the largest comic event in the world and features cosplay contests, costume contests, and other various events. Cosplay events are now being held not only in big cities but also in smaller locations.

The increase in popular culture in Turkey in recent years has led to the rise of cosplay activities. The first cosplay event in Turkey was held in Istanbul in 2005, and since then, the number of cosplay events has been increasing. The largest cosplay event in Turkey is known as the Istanbul Comic Con, which is held annually in Istanbul. Other cities such as Ankara, Izmir, and Bursa also hold cosplay events. These events have introduced many new aspects of pop culture to Turkey, and they have gained significant popularity among young people. Universities have also been organizing cosplay events, where students have the opportunity to dress up as their favorite characters and socialize with like-minded individuals. In the beginning, these events were usually organized by student clubs in art faculties, but over time, they became part of larger events such as the "Bahar Yürüyüşü" (Spring Walk) and the "Çizgi Film Animasyon Festivali" (Animated Film Festival). For example, Kütahya Dumlupınar

University Faculty of Fine Arts gives place to the cosplay event in the "Cartoon Animation Festival" that it organizes every year. At the festival, which was held for the fifteenth time in 2022, artists and people who are interested in cosplay and working professionally came together. As a result of a jury evaluation with both national and international participation, the best cosplayers were awarded.

Many universities in Turkey now organize their own cosplay events, which allow students to showcase their creativity and share their love for pop culture. These events have become essential in promoting the cosplay culture in Turkey and creating a sense of community among fans. Cosplay events provide an opportunity for participants to meet new people, express themselves creatively, and have fun. The diversity of activities, including competitions, panels, photo shoots, costume contests, social events, and other sessions, ensures that there is something for everyone. The variety of activities offered is essential in keeping participants engaged and interested in the event. Overall, cosplay events have become an important part of the pop culture scene in Turkey and continue to attract many enthusiastic participants.

In this research, the reasons for the participation of Kütahya Dumlupınar University Faculty of Fine Arts students to cosplay activities, their expectations from the activities, the way the activities are organized and the competitions are discussed. The general atmosphere, the events offered, and social interactions among participants are also important factors. Evaluating the opinions of participating students regarding cosplay events is an important factor in determining the quality of these events and the community's perception of them. In line with the topics and ideas to be discussed in the content; It is foreseen that by taking into consideration the expectations and wishes of the students, the activities planned to be held in the future periods will be more successful.

Concept and Scope of Cosplay Events

The term "cosplay" is derived from the combination of the words "costume" and "play" or "roleplay". Cosplay is the act of portraying a character from movies, anime, manga, comics, and various computer games, blurring the line between reality and fantasy. Cosplay can be categorized into various genres such as fantasy or cute. Romance, horror, science fiction, gothic, and mythology are just a few of the wide range of characters that can be portrayed through cosplay. The term "cosplay" was created by Nobuyuki Takahashi in 1984. Takahashi coined this term to describe the science fiction image he saw at Worldcon Los Angeles. He was so inspired that he wrote about his experience in his magazine and encouraged his readers to dress up in costumes as well (Lotecki, 2012: 1). Takahashi used both "Costume Play" and "Cosplay" in his article in "My Anime" magazine. The article in the magazine is significant because it is the first time that the term "cosplay" was used (Parlak, 2019: 64).

Cosplay is a performance art where popular culture characters, heroes, actors or creatures are imitated using costumes and accessories. The character is brought to life either as an exact replica or sometimes in an original style created by the cosplayer. The appearance, sound, behavior and other aspects of the character are taken as a model. Cosplayers serve as a "treasure reference point" for all the necessary internal reference content required for an accurate imitation of the character. Imitating

cosplayers examine details such as a Jedi representation including a lightsaber, Wolverine having three metallic claws and She-Hulk being green and muscular, etc. Each costume and performance is recreated according to the modeled text (Spitulnik, 1997: 166). For many fans, cosplay is the most important opportunity to bring their favorite animation or manga characters to life by dressing up in their costumes and embodying them in reality. Beyond imitating their preferred characters with costumes, many fans insist that a cosplayer speaks the character's words, moves like the character, thinks the character's thoughts, and embodies the spirit of the animation or manga character. In other words, they try to bring their favorite characters to life. Cosplay is also related to simulation, role-playing and performance. In one sense, it has become a "performance art". Cosplay is similar to a stage drama, the only difference being that the cosplayer decides which character to play and imitates their costumes. However, the difficulty in acting is similar. Many cosplayers have stated that they participate in cosplay just to fulfill the urge to move and perform (Chen, 2007: 17). According to Brake, participants carefully examine the walk, posture, and expression of the character they want to become in order to achieve an ideal/desired identity. A cosplay performance also shows to what extent a participant is attached to a group in general and a character in particular. Cosplayers must passionately believe in the role they are playing (Osmud, Wing-sun, Cheung, 2012: 325). Cosplayers wear the costumes of these characters and imitate them with their behaviors, speeches, and other actions. Cosplay offers individuals dreams, pleasures, and fantasies that they cannot realize in their daily lives. Some research (Napier 2007; The Manila Times 2008) shows that cosplay provides artists with an instant escape from the stress and monotony of ordinary life, allowing them to enter a strange fantasy or childhood dream. Benesh-Liu (2007) has noted that cosplay can transform ordinary surroundings into a surreal tableau. Participants constantly exchange and negotiate the boundaries of the "emotional play" between the "inner" and "outer" or "real" (real self) and "fantasy" (imaginative self) (Grossberg, 1992).

According to Brake (1985), participants in cosplay meticulously study the walk, posture, and expressions of the character they wish to embody in order to achieve an ideal/desired identity. A cosplay performance also demonstrates how committed a participant is to a group as a whole and a specific character in particular. Cosplayers must believe fervently in the role they are playing (Osmund, Wing-sun, Cheung, 2012: 325). Cosplayers wear costumes of these characters and imitate their behaviors, speech, and other mannerisms. Cosplay offers individuals the opportunity to experience dreams, pleasures, and fantasies that they cannot fulfill in their daily lives. Some studies (Napier, 2007; The Manila Times, 2008) suggest that cosplay provides artists with an escape from the stress and monotony of ordinary life, allowing them to enter a strange fantasy or childhood dream. Benesh-Liu (2007) notes that cosplay can transform an ordinary environment into a surreal tableau. Participants constantly exchange and negotiate the boundaries of the "emotional play" between the "inner" and "outer" or "real" (true self) and "fantasy" (imaginative self) (Grossberg, 1992).

Some texts discuss how cosplay provides information on what elements cosplayers should include in the imitation of a figure, while also establishing certain aesthetic and performative boundaries. When a cosplayer selects a character, they must have a detailed knowledge repertoire in order to be familiar with all of the character's traits. However, following this path and dealing with the materials to be used may limit some possibilities. According to Barthes, source texts may prevent

different creative forms of expression among cosplayers (Barthes, 1977: 147). Costume design is the most important element of cosplay. Cosplayers try to stay true to the original character in their costume designs by examining the characters' costumes in detail. Thus, cosplay events are also considered a creative platform for costume design. Despite being a platform where cosplayers can showcase their own interpretations, originality, and creativity, they must respect the boundaries of the chosen characters and draw an aesthetic line in their imitations. Cosplayers' tendency to add their own creativity to the chosen source texts is often evident in their costumes and performances. Even with small additions, these changes have often led to significant alterations.

Cosplayers have added different creative interpretations to source texts through these alterations. For example, characters like Hello Kitty Darth Vader, steampunk Bobba Fett, and zombie Jedi have emerged (Hale, 2014: 23). These creative reinterpretations have allowed cosplayers to see themselves as artists and push the boundaries of the source texts they imitate. Therefore, cosplay has provided a space for the creative reinterpretation and reconstruction of popular culture products.

Cosplayers first choose a character that is suitable for them and catches their interest. Physical appearance, age or gender are not important in character selection. What is important is being able to adopt and admire that character's narrative. Fan culture, or fandom, is defined as narratives that emerge through the use, modification, simulation or reconstruction of various intellectual properties and creators that come with fiction (Şengün, cited in Bayraktar, 2022: 73). When a cosplayer puts on a costume, they will be seen as that character, reflecting the person the character tells. Then, they start to search for accessories that are suitable for the character. Accessories can be bought ready-made or made by using materials such as foam and similar items. Moreover, technology has recently provided great convenience. Many character accessories that are modeled through 3D printers can be made. While costumes are sewn by cosplayers or hobbyists, they have become a huge commercial market in recent years, with many stores and businesses selling characters' costumes and accessories. Finally, the transformation into the character is completed with makeup. Cosplayers develop their own techniques and criteria and create aesthetic values that may differ from traditional art forms. It is believed that their efforts to explore every possible way to improve their own designs and costumes bring out artistic values that can anchor their psycho-emotional journeys in visual media-based fields (Chen, 2007: 22).

Cosplay is not a meaningless activity, but a cultural movement. It is a personal expression and manifestation beyond norms. It is an imaginative and adventurous way of objectifying oneself that many people may not have the opportunity to experience in their daily lives. Generally, cosplay enthusiasts bring their favorite characters to life and work to express their loyalty to the character's narrative. They strive to imitate an ideal "theater" self and approach every detail carefully. The craftsmanship of exaggerated and meticulous costumes, accessories, hair, and makeup is done meticulously. In addition to the effort and time spent on these endeavors, a budget is required. Financial constraints may sometimes lead to wearing simple costumes, which can sometimes be a source of conflict among individuals. While some cosplayers participate in these events just for fun and to pass the time, others may

carry the desire to be recognized, noticed, and admired. This feeling can sometimes lead to negative situations.

Cosplayers usually don't introduce themselves with their real names, but are known by the names of the characters they choose to cosplay. Similarly, most cosplayers have virtual names in internet forums or fan clubs where they communicate with other fans in the Comic World. They also use these virtual names as signatures on their art works. Cosplayer youth experience a utopian dimension in which they value their interests, art works, creativity, and knowledge more than their socio-cultural and economic status (Chen, 2007: 20). Cosplayers view cosplay as an escape from real life, and believe that this fantasy world offers an alternative reality that functions as a more humane society.

Cosplay is a fun, lively, social, and expensive art movement with many fans all over the world. Having both cultural accumulation, manual skills, and theatrical talents are quite important to be a successful cosplay artist. Sometimes, they act like the characters they are cosplaying by playing their favorite scenes in order to show their more striking aspects and depth of the character. Cosplay is not a simple or ordinary action, but rather an event that requires a lot of effort and work. It is a highly participatory performance area. People start preparing for this event months in advance and spend a lot of time on it.

Examples of Cosplay Events Around the World

Cosplay events, which are defined by words with "con" at the beginning or end, as an extension of the English word "Convention". These events are often compared to a "masked ball", but here the costumes and accessories are made directly by the cosplayers. The design and sewing stages of these costumes are quite long and difficult, as well as financially burdensome (Parlak, 2019: 63). Cosplay events are gatherings of cosplay enthusiasts who dress up in costumes resembling their favorite characters, perform imitations, hold competitions, or simply have fun together. These events are generally centered around popular culture products (manga, anime, comics, movies, video games, etc.). The image and identity created by a person participating in cosplay is never static. Depending on changing interests and desires, new identities can be created with different characters every year.

Cosplay events, which are described with words containing "con" at the beginning or end, as an extension of the English word "Convention," are gatherings where cosplay enthusiasts come together to showcase their costumes and accessories and perform as their favorite characters. The design and sewing process of these costumes are often lengthy, arduous, and expensive (Parlak, 2019: 63). Cosplay events are usually centered around popular culture products such as manga, anime, comics, movies, video games, etc. In these events, individuals create characters based on their interests and participate in competitions, or simply have fun together. The image and identity created by a person participating in cosplay are never static. Depending on their changing interests and desires, they may design new characters with different identities and costumes. When creating a character, they immerse themselves in the atmosphere, reflecting a supportive lifestyle to enhance their appearance and form. According to Fiske (1992), fans are both consumers and producers of culture with symbolic meaning. In the cosplay participant culture, many

fanatics (otaku) choose a particular character due to their fondness for the character's personality and behavior. Wearing the costume of their favorite character (hero, idol, or icon) is a way to express their feelings and passions among communities who share the same interests (Osmud, Wing-sun, Cheung, 2012: 320).

Cosplay events often include various activities such as cosplay competitions, cosplay parades, panel discussions, workshops, artist signings, exhibition areas, and cosplay-themed play areas. Cosplay competitions are events where participants showcase their stage performances and compete with each other. These competitions are organized into categories and judged by a panel of judges. Awards are given in categories such as best performance, best costume, and best stage design. Cosplay parades are a show-like event where participants showcase their costumes. Panel discussions cover cosplay, popular culture, and other related topics. Workshops offer participants training in costume making, makeup, wig wearing, etc.

When it comes to cosplay events, Japan and Japanese culture are the first things that come to mind. Japan has played an important role in introducing and popularizing the concept of cosplay. Many people who are interested in cosplay have discovered it through social media, friends, or other like-minded individuals. In her 2017 article "A Brief History of Cosplay," McCarthy notes that "cosplay was not invented by either America or Japan, but the word was introduced by Japan and the cosplay event was not taken from America in 1984." She also adds that regardless of whether the term used is cosplay, masquerade, or fancy dress, the event is rooted in one of the deepest and oldest instincts of the human soul, the belief that imitation can be magic (Parlak, 2019: 64).

According to the "Panache" website, which is dedicated to Japanese cosplay idols, the popularity of wearing costumes at science fiction conventions and events in America increased significantly with the airing of "Star Trek" on American television in the late 1960s (Parlak, 2019: 65).

The World Science Fiction Convention (Worldcon) has attracted many participants every year since its inception. At the 1941 Worldcon, famous author Robert A. Heinlein participated as "Adam Stkin" (the world's most realistic robot). Today, Ackerman and Douglas are known as the first participants in the science fiction fan community, and it has been proven that their events formed the basis of costumes, parties, and masked balls that became increasingly popular at conventions (Lotecki, 2012: 3).

Some of the most notable cosplay events held in the United States are the large-scale events such as San Diego Comic-Con, New York Comic-Con, and Dragon Con. These events bring together thousands of fans each year and feature various activities such as cosplay contests, panels, and autograph sessions. Comic-Con, which began as a comic book fair in San Diego in the early 1970s, has now become one of the largest comic book and pop culture events in the world.

Today, Comic-Con is one of the many major events that take place in various cities throughout the United States. However, San Diego Comic-Con remains the most famous and crowded of them all. Held annually in July, San Diego Comic-Con brings together thousands of comic book fans from all around the world. The event not only

attracts comic book fans, but also those interested in pop culture, science fiction, video games, movies, television shows, and more.



Image 1. San Diego Comic-Con (2022)

Source: <https://edition.cnn.com/2022/07/21/entertainment/comic-con-preview/index.html>

San Diego Comic-Con is also an important event for cosplay fans. Cosplay competitions, panels, and costume contests are one of the most important elements of the event. Cosplay is when fans inspired by popular culture products such as comics, anime, manga, and video games, transform themselves into characters with their own handmade costumes. Comic-Con also brings together many artists and writers. Throughout the event, participants can meet comic book writers and artists, attend autograph sessions, and buy comic books, posters, and other popular culture products. Similar events are also held in other major cities such as New York Comic-Con. This event, held every October, brings together thousands of fans and focuses on many different aspects of popular culture.



Image 2. San Diego Comic-Con (2022)

Source: <https://venuesnow.com/comic-con-returns-to-san-diego/>

These events are primarily festivals where cosplay is showcased. They feature cosplays from cartoons, movies, and Hollywood, including films such as Batman,

Superman, Flash, Justice League, and many more superhero movies. As can be seen, there is an accepted cosplay phenomenon, but clarity about its origin and source cannot be established. Here, once again, contradictions between America and Japan are brought up. However, this daily life phenomenon that is accepted worldwide and has its own audience is almost synonymous with anime and manga (Parlak, 2019: 66). Comiket, held in Japan, is the largest cosplay event and the world's largest book, manga, and magazine fair. First organized in 1975, Comiket is held twice a year, usually in August and December. Hundreds of thousands of people attend Comiket, held at the Tokyo Big Sight Convention and Exhibition Center in Tokyo, Japan. Comiket is known as an event that operates in a broad range of activities, including cosplay events, anime, manga, video games, art, and culture. The booths at the fair include all kinds of anime and manga products, accessories, games, costumes, and other related products.

Comiket has contributed significantly to Japan's cosplay culture and the development of cosplay events worldwide. The event's size and popularity have helped to raise awareness of and acceptance for the cosplay community globally. After globalization and technological advancements, cosplay culture has become increasingly popular (Napier, 2007). While initially cosplay events were small and held for entertainment purposes, with the expansion of technology and resources, they have recently become quite popular and are now some of the most recognized events organized by major organizations. In Turkey, the first cosplay event was organized in 2017, called Comikon Istanbul. In addition to commercial events and private organizations, many non-profit organizations have also organized cosplay events throughout the year. The most notable locations for these events have been universities and colleges.

Cosplay events also allow cosplay enthusiasts to make new friendships and share information about cosplay. Additionally, cosplay enthusiasts from different cultures and countries have been able to come together and learn about each other's cultures through these events.

Cosplay Events in Turkey

In recent years, cosplay culture and events have also become quite widespread in Turkey. Many cosplay events are held in our country as well. Initially, cosplay events targeted a certain audience, but from the 2000s to the present day, they have been able to reach a wide audience in Turkey. Cosplay, which developed from small university costume parties with a maximum of 100 people, now takes place in meetings where 1,000-2,000 people participate and in global cosplay competitions. These meetings have taken the form of "a theater stage where everyone showcases their hidden creativity." Our dreamed armored, sword-wielding and shield-bearing heroes often come together here and perhaps share various fictional ideas about the universe with each other. Individuals come together in crowded venues such as exhibitions, fairs, or galas to portray characters they love or see others portray (Öztürk, 2015).

Some of the biggest cosplay events in Turkey include the Anime Festival held in Ankara, the Istanbul Comics & Art Festival held in Istanbul, the Izmir Otaku Fest held in Izmir, the Bursa Anime & Manga Festival held in Bursa, and the Antalya Comic Con held in Antalya. These events feature various activities such as cosplay contests,

cosplay parades, workshops, artist signings, exhibition areas, and cosplay-themed gaming areas. Additionally, popular culture products such as manga, comics, and video games are also sold at these events.

In 2017, the Comikon Istanbul event brought cosplayers together in Turkey. This event takes place in Istanbul and has attracted the attention of popular culture enthusiasts, becoming an annual event. By bringing comic book and cartoon festivals from around the world to Turkey, it has created a strong industry in our country and has helped talented young people gain international recognition. Moreover, it has gained vision by bringing together professional artists from all over the world.



Image 3. Comikon Istanbul 2019 (Harbiye Askeri Müze Kültür Sitesi)
Source: <https://listelist.com/comikon-istanbul-2019/>

At these events, cosplay competitions, cosplay parades, workshops, and panel discussions about popular culture are organized. Winners of cosplay competitions receive prizes. Additionally, awards are given for various categories such as best costume, best stage performance, and best accessory.

In 2019, another gathering called the Izmircon Cosplay Event was held in Izmir, demonstrating that cosplay art is gradually finding its place as a cultural movement in our country, and that the interest in this movement among young people is increasing compared to the past (Bayraktar, 2022: 75). In these events, cosplayers showcase their characters by posing and performing in public spaces such as anime exhibitions or comic book festivals, walking around in the streets, and/or parading in public areas. Cosplay events in Turkey provide an opportunity for cosplay enthusiasts to make new friends, share information about cosplay, and promote the spread of cosplay culture. Through these events, cosplay enthusiasts come together to showcase interesting stage performances in costumes resembling their favorite characters.

Another notable formation in non-profit and recurring cosplay events is at universities. Especially in Turkey, cosplay events are held in the form of spring walks or competitions as part of the Cartoon Animation Festival in the Fine Arts Faculties of Universities.



Image 4. "Kütahya Dumlupınar University 15th Cartoon Animation Festival" (Türkiye Kütahya Dumlupınar Üniversitesi GSF archive, 2022)

In 2022, Dumlupınar University in Kütahya included a cosplay event in its "Cartoon Animation Festival", which was held for the fifteenth time. The event brought together individuals who are interested in cosplay and professional artists working in the field.



Image 5. "Kütahya Dumlupınar University 15th Cartoon Animation Festival" (Türkiye Kütahya Dumlupınar Üniversitesi GSF archive, 2022)



Image 6. “Kütahya Dumlupınar University 10th Cartoon Animation Festival Cosplay event” (Türkiye Kütahya Dumlupınar Üniversitesi GSF archive, 2022)

Kütahya Dumlupınar University, which hosts colorful images every year thanks to this event, made a difference in 2022 by awarding the best cosplayers with a jury evaluation that had both national and international participation.



Image 7. “Kütahya Dumlupınar University 14th Cartoon Animation Festival” (Türkiye Kütahya Dumlupınar Üniversitesi GSF archive, 2022)



Image 8. “Kütahya Dumlupınar University 10th Cartoon Animation Festival cosplay event”
Source: <https://www.dailymotion.com/video/x48q237>

Evaluation of Cosplay Events According to the Views of Participating Students: The Case of the Cosplay Competition Organized by the Department of Cartoon and Animation at Kütahya Dumlupınar University in Turkey in 2022

Cosplay events are quite popular among students in Turkey, and many students participate in these events. Therefore, evaluating cosplay events according to the views of participating students is important.

The views of students who participated in the cosplay competition organized by Kütahya Dumlupınar University in 2022 were evaluated, and based on their answers, the motivating aspects and possible disadvantages of the cosplay event in the educational process were questioned. A total of 10 open-ended questions were asked to the students. According to the results obtained from the answers of the students in line with these 10 questions, the answers in general are as follows;

1. Can you explain your reason for participating in the cosplay event?

- They want to have fun in the cosplay competition in general and to revive the cartoon and comic book characters that they are a fan of,

2. Do you think the cosplay activity contributed to the education process you received, can you explain?

- To relieve exam stress and get to know other participants in the cosplay competition,

3. What academic achievements do you think you have achieved with the cosplay activity, can you explain?

- With the cosplay contest, they got to know many new characters, had the opportunity to examine new characters, and through this event, more people were aware of the cartoon animation section,

4. Can you explain how you felt before the cosplay event?

- They are very happy and excited to be a part of the cosplay competition,

5. Could you explain how you felt after the cosplay event?

- If the cosplay contest was repeated, they would definitely want to participate in such an event,

6. Can you explain what social gains you think you have achieved with the cosplay event?

- Developing their communication power by making new friends with the cosplay competition,

7. Do you have any suggestions for the cosplay event that you would say would be better if it were like this? Can you explain?

- Regarding the competitions to be held in the future, a common concept in cosplay costumes can be determined by holding the event in a larger venue,

8. Can you explain your opinion that the cosplay event has caused or can lead to significant changes in your life?

- Thanks to the cosplay competition, they see what they can do and this situation motivates them,

9. Can you explain what positive gains or achievements were made by the cosplay event in your education process?

- When they are preparing for cosplay, they especially understand the importance of using time efficiently, improving their manual skills, and helping each other,

10. If you had organized the cosplay event, could you explain how you would do the evaluation process?

- They are of the opinion that students should be included in the voting for the cosplay competition.

Based on these results, it is understood that students are interested in the cosplay competition and will continue to be interested in the future; they gain self-confidence, make new friends, learn to use their time efficiently, relieve exam stress, get to know different animation characters, and realize that they should be involved in the evaluation process themselves. Based on the data obtained, it can be suggested that students be included in the competition evaluation jury and that a wider venue be provided for the competition.

The most important problem for cosplayers is that sponsors do not provide direct support to them. Sponsors mainly provide participation in these events and shows by covering the activity or award, but they do not provide any individual sponsorship. However, some students may feel uncomfortable due to negative factors such as crowds and density in cosplay events. Providing a larger venue for the events can contribute to solving this problem.

In addition, carrying and using accessories, makeup, and costumes - which is not always possible to prepare in the activity area - and being seen on the street or public transportation may cause people to stare and make those who are passionate about this uncomfortable, according to Şengüloğlu (2017).



Image 9. "Kütahya Dumlupınar University 15th Cartoon Animation Festival" (Türkiye Kütahya Dumlupınar Üniversitesi GSF archive, 2022)

Conclusion

Cosplay events are becoming increasingly popular worldwide in recent years, where the cosplay community gathers to socialize, have fun, and express themselves. Among the reasons why students participate in cosplay events are to meet new people, share hobbies, identify with characters, and have fun. Their expectations from the events include having a good time, seeing and examining different cosplay costumes, attending different events, and buying character-related products.

The way cosplay events are organized is also an important factor that influences participants' views. The events offered at cosplay events are also an important criterion for participants. Competitions, panels, photoshoots, costume contests, social events, and other different activities make it possible for participants to enjoy and have fun at the event. In addition, the diversity of activities offered at the event is important in terms of attracting participants' attention and meeting different expectations. Interacting with new people met at the event is an important element for the cosplay community.

This article focuses on the evaluation of cosplay events according to the perspectives of student participants. When organizing these events, the expectations and needs of students were taken into consideration. Questions and answers were directed towards gathering the opinions of students to ensure that the events are more successful and enjoyable. In addition, the experiences of participants in these events will guide the planning and organization of future events.

In conclusion, cosplay events are an important activity and social interaction area for students. Based on the evaluation of student perspectives, it is understood that students are interested in cosplay competitions and will continue to be interested in the future; their self-confidence increases, they make new friendships, learn to use their time effectively, release exam stress, become familiar with different animation characters, and they should be included in the evaluation process. Student participation can be encouraged in the evaluation process of the cosplay competition and their opinions can be obtained by adding them to the jury, thereby ensuring a more inclusive evaluation. Additionally, sponsors can be sought or the competition can be held in a different venue to ensure that the venue is larger.

References

- BARTHES, R. (1972). *Mythologies*. Translated by Annette Lavers. New York: Hill and Won.
- BAYRAKTAR, A. (2022). Plastik Sanatlarda Yaratım Unsuru Olarak Siberpunk, Yüksek Lisans Tezi, Kastamonu: Kastamonu Üniversitesi.
- BUHL, M. (2009). Virtual Bodies in Cosplays : On media-fenerated self-presentations of gender constructions. *Erziehung, Bildung und Geschlecht : Männlichkeiten im Fokus der Gender-Studies*, 177-190.
- CHEN, J. S. (2007). "A Study of Fan Culture: Adolescent Experiences with Animé/manga Doujinshi and Cosplay in Taiwan." *Visual Arts Research*, Vol. 33, No. 1, pp. 14-24, University of Illinois Press, Erişim tarihi: 28.04.2023. <https://www.jstor.org/stable/20715430>
- GROSSBERG, L. (1992). "Is There a Fan in the House?: The Affective Sensibility of Fandom." in L. A. Lewis (ed.) *The Adoring Audience: Fan Culture and Popular Media*, pp. 50-68. London: Routledge.
- HALE, M. (2014). Cosplay: Intertextuality, Public Texts, and the Body Fantastic, *Western Folklore*, Vol. 73, No. 1 (Winter 2014), pp. 5-37, Erişim tarihi: 28.04.2023. <https://www.jstor.org/stable/24550744>
- HILL, N. L. (2017). *Embodying Cosplay: Fandom Communities in the USA*, Anthropology Theses, Georgia State University.

- LOTECKI, A. (2012). Cosplay Culture: The Development of Interactive and Living Art through Play : 1
Erişim Tarihi : 20 Ocak 2023,
<http://digital.library.ryerson.ca/islandora/object/RULA%3A1176/datastream/OBJ/view/>
- NAPIER, S. (2007). From Impression to Anime: Japan as Fantasy and Fan Cult in the Mind of the West. New York: Palgrave MacMillan.
- OSMUD, R., WING-SUN, L., CHEUNG, B. H. (2012). "Cosplay": Imaginative Self and Performing Identity, Fashion Theory, Volume 16, Issue 3, pp. 317-342
- ÖZTÜRK, G. (2015). Kahramanları Kendi Evrenlerinden Dünyamıza Getirme Sanatı: Cosplay. Erişim tarihi: 20 Nisan 2023
<https://kahramanqiller.com/cosplay/kahramanlari-kendi-evrenlerinden-dunyamizagetirme-sanati-cosplay/>
- PARLAK, İ. (2019). Japon Manga ve Anime Sanatı'nın Cosplay Yansımaları, Yüksek Lisans Tezi, İstanbul: Haliç Üniversitesi.
- RAHMAN, O., WING-SUN, L., HEI-MAN CHEUNG, B. (2015). "Cosplay": Imaginative Self and Performing Identity, Fashion Theory, 16:3, 317-341, Erişim Tarihi: 28.04.2023.
<https://doi.org/10.2752/175174112X13340749707204>
- SPITULNIK, D. (1994). Radio Cycles and Recycling in Zambia: Public Words, Popular Critiques, and National Communities. Passages: A Chronicle of African Humanities 8.
- ŞEN, A. (2014). Kayıp Keşif Yolculuk Japon Sineması Manga ve Anime. İstanbul : Doğu Kitabevi.
- Şengüloğlu, B. (2017) Türkiye'de Cosplay Yapmak. Erişim tarihi: 20 Aralık 2022
<https://buraksenguloglu.com/turkiyede-cosplay-yapmak/>
- WINGE, T. (2006). "Costuming the Imagination: Origins of Anime and Manga Cosplay." In F. Lunning (ed.) Mechademia 1: Emerging Worlds of Anime and Manga. Minneapolis, MN: University of Minnesota Press.

Chapitre 2

Les enjeux linguistiques et culturels

Vers une documentation d'œuvres littéraires numériques queer

Amélie VALLIERES, Université du Québec à Montréal
Emmanuelle LESCOUET, Université de Montréal
Amélie LEMIEUX, Université de Montréal

Introduction

Les œuvres numériques permettent d'explorer des enjeux relatifs à l'équité, à la diversité, à l'inclusion et à l'accessibilité (EDIA) à travers la fiction (Lemieux, 2021). Ouvrir le corpus à des œuvres abordant l'inclusion constitue un atout particulier, car elles offrent la possibilité de faire exister des représentations diverses et ainsi de les faire exister pour les jeunes. Lorsque les jeunes lecteur.rice.s qui s'identifient comme *queer* s'engagent dans la lecture multimodale (Lacelle, Boutin et Lebrun, 2017) de telles œuvres relatives à l'EDIA, ils ont la possibilité de mieux s'identifier aux personnages qui leur ressemblent. Cette démarche contribue à l'humanisation et au respect des populations 2SLGBTQ+ et, surtout, à des principes importants qui sous-tendent l'engagement de ces lecteur.rice.s dans l'acte de lecture (Lemieux & Berthiaume, 2023).

La mobilisation de la culture vidéoludique, des gestes de lecture et d'activation diversifiés et des supports intimes ouvre une possibilité de proximité avec une réalité différente de celle du de la lecteur.rice. L'immersion fictionnelle et la mimétique numérique ouvrent des espaces de projection pour faire entrer la diversité dans les systèmes narratifs.

Après une brève définition des concepts de l'EDIA, nous nous pencherons sur quelques exemples concrets illustrés à l'aide d'un réseau d'œuvres. Nous verrons une œuvre web, *Un/tied*, qui explore les représentations non binaires par une mimétique d'interface ; *If Found...*, œuvre homothétique questionnant l'identité trans par l'effacement et la composition graphique ; *Boyfriend Dungeon*, employant une grammaire ludique classique pour présenter des relations queers. Chacune de ces œuvres propose une approche différente, présentant des points extrêmes de ces grammaires, un spectre de propositions intermédiaires est possible.

Synthèse des concepts relatifs à l'EDIA et au numérique

Les notions relatives à l'EDIA constituent des principes qui régissent une progression vers une société plus habitable, pensée pour une vie publique commune comprenant l'humanisation des populations marginalisées comme les personnes queers. À cet effet, et pour mieux comprendre les études de cas présentées dans cet article, nous renvoyons à des définitions des concepts d'EDIA lesquels sont décrits ainsi dans Lemieux (2021 : 15-16) :

- **Équité** : redistribution égale de pouvoirs et de privilèges historiquement accordés à des populations dominantes (masculinité, blancheur, hétérosexualité, eurocentricité) relativement aux décisions en enseignement de la littérature avec le numérique (contenus, sélection d'œuvres, approches pédagogiques).

- **Diversité** : caractère pluriel, complexe et varié des identités intersectionnelles des personnes qui s'adonnent à l'enseignement de la littérature avec le numérique. Peut également renvoyer à la variété d'œuvres littéraires, de supports médiatiques et numériques et d'approches.
- **Inclusion** : accueillir et prioriser une pluralité de perspectives et de représentations intersectionnelles (race, ethnicité, genre, culture, neurodiversité) dans l'enseignement de la littérature avec le numérique.
- **Accessibilité** : disponibilité et accès aux ressources numériques, au personnel diversifié et qualifié et au soutien financier pour appuyer des projets liés à l'enseignement de la littérature avec le numérique.

Les notions d'EDIA en lien avec le numérique pointent à des iniquités sociales et à des fractures numériques (Coulombe *et al.*, 2020) qui étaient déjà présentes avant la pandémie de la COVID-19 (Collin, Guichon et Ntébutsé, 2015). Ces iniquités numériques ont poussé les enseignant-e-s à avoir recours à un enseignement d'urgence à distance, en s'appuyant sur des modalités utiles pour l'enseignement de la littérature numérique dans les écoles au Québec (Acerra *et al.*, 2021) et en France (Brunel et Bouchardon, 2020). En effet, l'école virtuelle a amené son lot de complications pédagogiques et didactiques en temps de pandémie (Carignan *et al.*, 2021 ; Ferguson et Lemieux, 2021), sans toujours prendre en considération les enjeux de l'EDIA, lesquels dépendent, entre autres, des théories ethnocritiques et du mouvement #Black Lives Matter (Ladson-Billings et Tate IV, 1995 ; Price-Dennis et Sealey-Ruiz, 2021). Dans cet article, nous présentons un réseau littéraire numérique se rapportant à ces concepts.

Réseau d'œuvres numériques se rapportant à l'EDIA

Un réseau littéraire consiste en un regroupement d'œuvres liées par un élément commun, tel qu'un-e auteur-riche, un personnage-type, un procédé littéraire, un genre textuel, ou des éléments picturaux. La lecture en réseau ou le réseau d'œuvres, entre autres numériques, sous ses multiples formes, est un dispositif didactique permettant d'apprendre à tisser des liens entre les textes. En effet, « [l]es textes sont agencés de manière à pouvoir se relancer, se compléter et permettre aux élèves d'approfondir leur compréhension, mais aussi leur interprétation et leur appréciation. » (Morin et Roger, 2014, p. 95) Comme l'indique Tauveron (2004), le réseau littéraire permet de développer une posture de lecture spécifique qui suppose la mise en relation des textes déposés dans la mémoire culturelle du-de la lecteur-riche. Il permet également de construire et de structurer la culture qui, en retour, alimente la mise en relation d'autres textes par l'élève ellui-même. Cette démarche fait également appel au bagage culturel (Miquelon, 2022) des élèves.

Tauveron (2004) relève quatre grandes fonctions des réseaux littéraires : 1) développer chez les élèves l'habitude de mettre en relation les textes; 2) leur permettre de « construire et de structurer » leur culture; 3) les amener à comprendre et à interpréter des textes en prenant appui sur cette culture, et finalement; 4) leur donner la possibilité, « en tant que dispositif multipliant les voies d'accès au texte, d'y pénétrer avec plus de finesse, d'y découvrir des territoires autrement inaccessibles, d'éclairer des zones autrement laissées dans la pénombre » (Tauveron, 2004, p. 72). À ces

fonctions, Dupin de Saint-André, Montésinos-Gelet et Bourdeau (2015) ajoutent que les réseaux littéraires offrent aux personnes enseignantes, d'une part, la possibilité de structurer leur enseignement pour que la lecture, l'écriture et l'oral y soient interreliés et, d'autre part, qu'ils constituent d'excellentes occasions d'intégrer les différentes matières (p. ex. éthique, arts, univers social, mathématique, science). Pour pleinement exploiter ces potentialités, le réseau autour d'un thème, tiré de la typologie de Tauveron (2002, p. 206-207), semble le plus approprié (Dupin de Saint-André *et al.*, 2015), et nous paraît le plus pertinent pour explorer l'EDIA et les concepts fondamentaux liés à l'intersectionnalité, à la race, au genre, à la neurodiversité et à l'ethnicité.

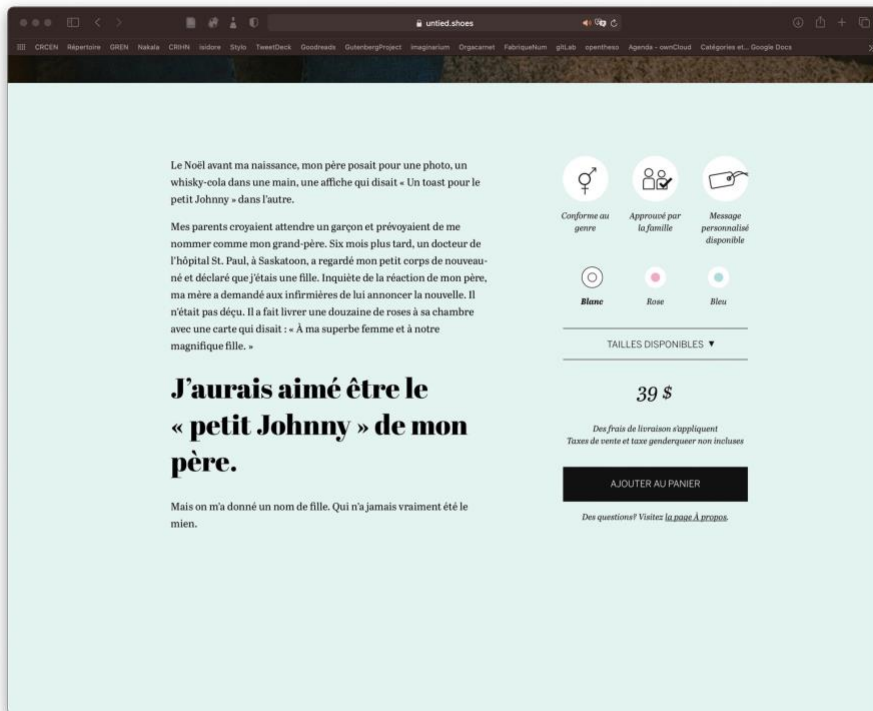
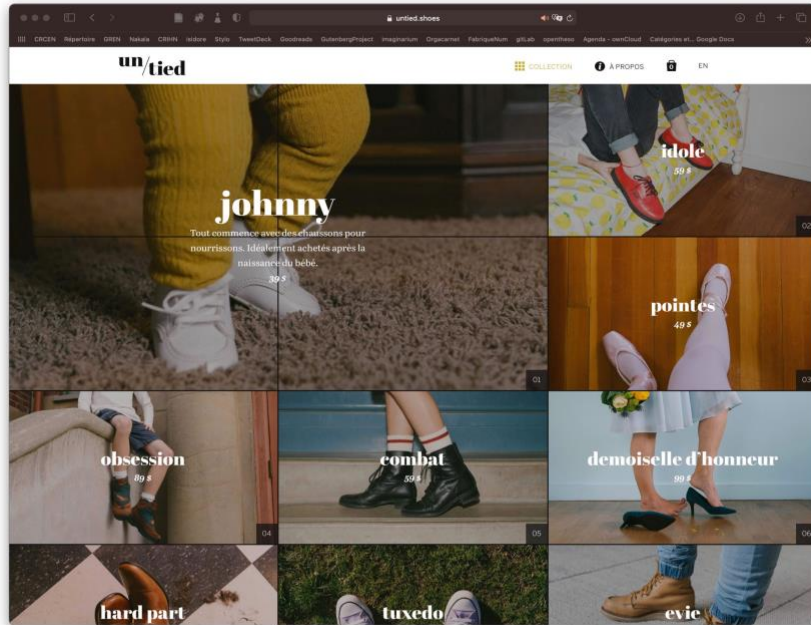
Exposition de notre réseau d'œuvres

La nécessité de proposer des œuvres représentant les communautés queers au sens large nous pousse à souhaiter explorer ce corpus. Plus encore la familiarité qui peut être construite au sein d'une œuvre numérique, par des mécanismes de projection ou d'incarnation, nous amène à penser que des représentations de personnages-joueurs queers peut aider les lecteur·rice·s à mieux comprendre ces enjeux. Notre réseau se penche sur des narrations queers, présentant une réalité identitaire ou relationnelle dans une séquence narrative accompagnant ce propos. Le but est de permettre d'appréhender la dimension queer par la thématique de l'œuvre et par les formes narratives mises en place. Le numérique permet par définition des mises en récit variées mobilisées sur du mimétique d'interface – comme nous le verrons avec *Un/tied* – de l'homothétie livresque jouant sur les normes usuelles de la lecture – comme nous l'aborderons dans *If Found ...* – ou encore en s'approchant des narrations vidéoludiques – que nous explorerons avec *Boyfriend Dungeon*.

Analyse rapprochée

Au-delà de la liste d'œuvres, il nous semble primordial de s'intéresser de près à certaines propositions narratives concrètes. Prenons donc trois exemples, deux d'entre eux, par ailleurs, sont détaillés sur [Lab-yrinthe.ca](https://lab-yrinthe.ca)⁵¹.

⁵¹ <https://lab-yrinthe.ca/oeuvres/>



Un/tied⁵² relate l'histoire de l'auteur·rice canadien·ne Evie Ruddy, une personne genderqueer et les différentes étapes de son parcours d'affirmation. L'œuvre est présentée sous la forme d'un site internet de vente de chaussures, dans une approche

⁵² <https://www.untied.shoes/fr/>

mimétique : tous les éléments habituels d'un site de vente sont présents, des fiches-produits au panier.



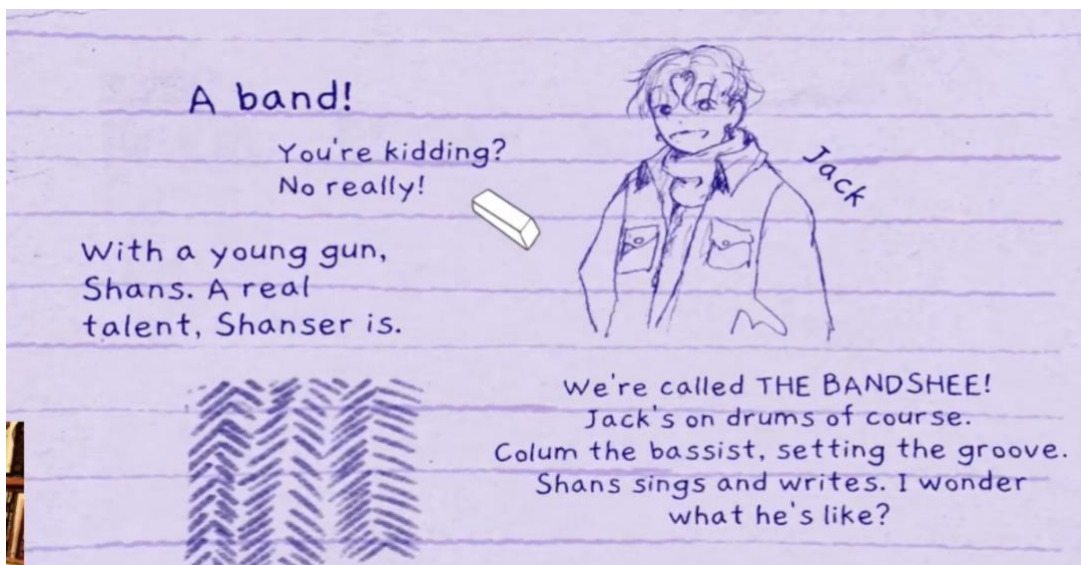
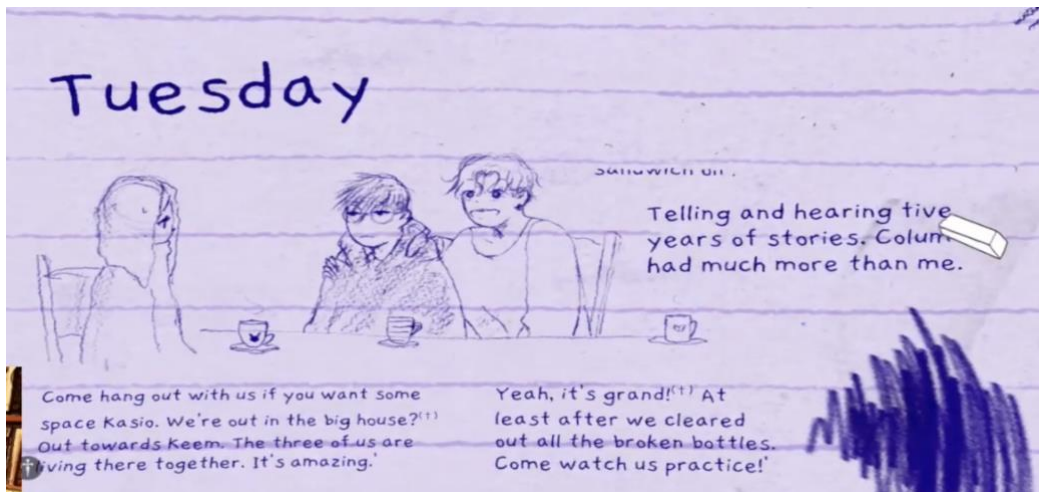
Après avoir choisi le rayon « homme » ou « femme », nous arrivons à une grille présentant les différents « produits », tous identiques, peu importe le choix. De la chaussure pour bébé aux chaussures de costume ou aux baskets, chaque paire raconte une histoire particulière.

Chaque fragment relate une étape de la vie d'une personne queer, et les descriptions des produits accompagnent cette réflexion. Ainsi, il est précisé que les chaussons de bébé vont « pour tous les genres », tandis que, dans la colonne d'information, le produit est spécifié « conforme au genre » et « approuvé par la famille ». Dans le texte, il est explicitement dit : « J'aurais aimé être le “petit Johnny” de mon père, mais on m'a donné un nom de fille. Qui n'a jamais vraiment été le mien. »

Dès le deuxième fragment « idole », le-a narrateur-riche affirme : « Je voulais être les deux en même temps. » Au fil de la lecture, nous accompagnons le-a narrateur-riche dans son rapport conflictuel à un corps qui ne reflète pas son identité, se voyant attribuer des étiquettes, des comportements et des vêtements qui ne lui conviennent pas, jusqu'à l'âge adulte, où iel parvient à un équilibre et à une affirmation de genre plus fluide correspondant mieux aux volontés du-de la narrateur-riche.

L'œuvre est accompagnée de réflexions sur le genre dans l'industrie vestimentaire : « Les chaussures pour bébés ont des tailles unisexes. Pourquoi pas celles pour adultes ? » Les tailles, à choisir avant d'ajouter la paire au panier, sont toujours en lien avec l'épisode : ainsi, si les chaussures rock sont disponibles dans toutes les tailles, selon la mesure unisexe, mais les pointes ne le sont que dans les pointures pour femme.

Somme toute, le récit interactif et narratif recoupe certains thèmes qui font appel à l'équité, à la diversité, à l'inclusion et à l'accessibilité (Lemieux, 2021). D'abord, le thème de l'équité est abordé par la déconstruction des noms genrés et des chaussures qui ne reflètent pas nécessairement les corps non genrés pour lesquelles elles sont conçues ou destinées. Ensuite, la notion de diversité ressort implicitement grâce à la représentation de corps non binaires, lesquels méritent de porter des vêtements à leur image et qui leur conviennent. Finalement, l'inclusion est aussi abordée de manière implicite, comme le récit interactif inclut systématiquement des représentations des enjeux relatifs à la non-binarité. Cette œuvre littéraire numérique offre une réflexion importante sur les enjeux relatifs à l'EDIA et pourrait être porteuse de riches discussions, par exemple, en classe de français ou d'univers social au secondaire.



If Found ... a été développé par le studio irlandais Dreamfeel⁵³, plus particulièrement sous la plume de la designer Laura McGee, et publié en 2020 par Annapurna Interactive sur diverses plateformes vidéoludiques. Ce *visual novel* présente deux récits en parallèle : celui de la docteure Cassiopée, une astronaute qui entreprend de sauver la Terre d'un imminent trou noir; et celui de Kasio, une universitaire qui, dans le cadre des vacances d'hiver, retourne dans son village natal en Irlande du Nord pour la première fois depuis sa transition de genre.

Alors que le premier récit reprend les conventions du genre du *visual novel* (Reed *et al.*, 2020), le second est principalement présenté sous la forme d'un journal intime. Le-la joueur-euse ne prend pas le contrôle direct de la narration, mais doit, avec son curseur ou son doigt (selon le dispositif technique), effacer le texte et les esquisses qui sont consignés par Kasio pour faire progresser le récit. Ainsi, il est possible d'avoir accès aux pensées et aux sentiments de la protagoniste d'une manière plus intimiste. De plus, le journal est loin d'être clair et propre, puisque parmi les croquis et les écrits, certains sont raturés, montrant la relecture du journal par Kasio après certains événements vécus au courant de jeu.

Dans le récit de Kasio, le-la joueur-euse est témoin de la tension qui se crée dans la famille concernant son identité de genre, amenant la protagoniste à se disputer avec sa mère et à fuguer. La jeune femme trouve refuge dans le vieux manoir abandonné où vivent son ami d'enfance, Colum, et son petit ami Jack ainsi que le troisième membre de leur groupe de musique, Shans. Pendant plusieurs jours, Kasio s'habitue lentement au sentiment d'être avec des gens qui semblent l'accepter telle qu'elle est, malgré leurs ressources limitées et leur situation précaire. Elle commence à se rapprocher de Shans, se découvrant des difficultés communes à s'intégrer dans la culture locale – Kasio en raison de son expression de genre et Shans en raison de son ethnie et de son malaise face à la masculinité traditionnelle promulguée. Après le premier concert du groupe et les promesses amoureuses de Shans de s'enfuir à Dublin, Kasio refuse. Ce dernier quitte la maison et le groupe, alors que la protagoniste et ses deux amis sont expulsé.e.s de la maison de plus en plus décrépite et dangereuse.

Après avoir été hébergée par la tante de Colum, Maggy, la protagoniste tente de se réconcilier avec sa famille pour le dîner de Noël, mais elle est réprimandée par son frère pour avoir squatté une maison abandonnée avec des marginaux, puis pour être allée vivre avec Maggy, une femme supposée gaie, au lieu de rentrer chez elle. Désespérée par son éloignement de sa famille et se percevant indigne de rester avec Maggy, en plus d'être rejetée par Shans, qui lui dit qu'il veut être « normal », Kasio se réfugie dans le manoir abandonné. Déprimée, elle y reste malgré les températures glaciales, ne répondant pas aux recherches de son frère ou de ses amis qui s'approchent de la maison désormais dangereuse. Kasio, de plus en plus malade, en vient à brûler son journal pour se réchauffer avant de succomber à l'hypothermie.

En parallèle à ce récit, la docteure Cassiopée découvre des données qu'elle partage à Contrôle, seule personne lui ayant répondu alors qu'elle annonçait l'apparition du trou noir. Par l'entremise de ces informations, Contrôle découvre que celles-ci prennent la forme d'une image. Cassiopée atteint la Terre, pour découvrir que

⁵³ <https://dreamfeel.ie/>

Contrôle est en fait Mac McHugh, un comptable amateur d'astronomie. Ils prennent l'image, un dessin d'enfant représentant une scène d'un astronaute dans l'espace dessinée par Kasio lorsqu'elle était enfant, et la glissent dans la boîte aux lettres pour qu'une femme ressemblant à Brid, la mère de Kasio, la trouve avant que le trou noir frappe la Terre.

If Found ... a été créé à partir de l'idée d'un trou noir d'émotions, d'une expérience particulièrement négative qui a, par la suite, été attribuée au personnage de Kasio. En plus d'offrir l'opportunité d'explorer d'autres manières de ressentir, de désirer et d'être (Ruberg, 2019), le jeu propose de faire ressentir aux joueur-euse-s une expérience queer au travers d'éléments liés à l'affect et à la phénoménologie. Afin que les joueur-euse-s puissent baigner dans un univers queer non stéréotypé, le jeu propose des personnages qui se définissent au-delà de leur queerness (Cavalcante, 2013) en offrant des personnalités distinctes et évolutives. Par leur vie en communauté, ils ne sont ainsi pas réduits à un arrière-plan (Shaw *et al.*, 2019), et s'ils sont représentés comme des marginaux, ou par la figure de l'Autre, ce n'est jamais de manière dangereuse, vicieuse ou monstrueuse (Benshoff, 1997 ; Halberstam, 2018).

La mécanique de l'effacement prend une signification particulièrement révélatrice. De prime abord, on peut supposer que l'effacement représente l'envie de Kasio de disparaître, dû à son mal être et sa dispute avec sa famille, cependant, en progressant dans le récit, il est possible d'inférer qu'il s'agit plutôt de la réaction de la protagoniste aux événements qui ont eu lieu avant qu'elle ne se réfugie dans la maison abandonnée une seconde fois. Mais ce qui est particulièrement intéressant d'un point de vue interprétatif est le jeu de superposition qui a lieu dans le journal, avant d'entreprendre d'effacer l'entièreté des pages. En effet, il y a la première couche, à savoir le texte initial, puis une seconde faite des rayures et des barbouillis de Kasio, lorsqu'elle trouve refuge dans le squat. Et il faut tout d'abord que le-la joueur-euse efface cette seconde couche pour avoir accès au récit, pour ensuite effacer le texte premier.

Boyfriend Dungeon





*Boyfriend Dungeon*⁵⁴ a été développé par le studio montréalais KitFox Games et est entièrement traduit en français standardisé et doublé au Québec. Ce jeu vidéo fortement narratif allie *dungeon crawler* – exploration de donjon et combat avec des monstres – et *dating simulator* – jeux de discussions à choix multiples de romance.

Le-a joueur-euse incarne un-e jeune adulte qui visite une ville balnéaire dans l'espoir de surmonter sa timidité et de rencontrer quelqu'un-e. Il est possible de choisir le genre – masculin, féminin ou neutre – du-de la protagoniste. Dans cette même optique d'inclusion, l'œuvre arbore des dialogues non genrés de même qu'une diversité de relations amoureuses ou amicales avec les personnages du même genre, de genre opposé ou fluide. Du point de vue de la diversité, les personnages et relations

⁵⁴ <https://www.boyfrienddungeon.com/>

queers sont traités comme une normalité, toujours dans des rapports de consentement et de discussion. À cet effet, l'œuvre revêt un caractère de diversité important et non négligeable, surtout en ce qui a trait aux représentations de la diversité de genre.

Le jeu alterne des phases de discussions, tant avec des membres de la famille du·de la protagoniste qu'avec les habitant·e·s de la ville, et des moments d'exploration. Pour progresser dans le jeu, il est nécessaire d'interagir avec les personnages en les séduisant et en entretenant des relations avec des potentiels amoureux. Les relations entre le·la protagoniste et les personnages se construisent à travers les discussions sur une interface de messageries ou lors de rencontres. Il est aussi possible de renforcer ces relations lors des phases d'exploration de donjons. La particularité de ces moments réside dans les armes employées : ces dernières sont en fait les personnages à charmer, puisque chacun·e d'entre eux se transforme en arme.

Les donjons doivent être explorés niveau par niveau, et les monstres représentent les peurs du·de la protagoniste. Tout un discours sur l'intimité des combats est développé : la présence d'un·e des armes-personnages comme soutien pour affronter les terreurs contemporaines – notamment les enjeux d'affirmations de soi, du manque de confiance, du rapport à l'autre et au regard social – permet de concevoir des représentations de la peur de l'autre, et le soutien possible. Implicitement, dédramatiser les phobies et la notion de peur, dans une perspective inclusive, permet aux joueur·euse·s d'entrevoir que les peurs peuvent être affrontées et, ultimement, vaincues.

La mère du·de la protagoniste communique avec le·la joueur·euse avec un téléphone cellulaire, procurant toujours des messages positifs et aimants. Ce soutien familial inconditionnel revêt un caractère de représentation positive de l'entourage, lequel entre en concordance avec le discours inclusif de l'œuvre. En effet, habituellement, les représentations des figures parentales s'avèrent plutôt négatives (comme c'est le cas dans les œuvres précédentes), alors qu'ici l'environnement familial joue en filigrane un rôle d'adjuvant.

L'œuvre mobilise des grammaires ludiques assez courantes, pouvant ainsi mobiliser l'intérêt des joueur·euse·s ou les familiariser avec ces dynamiques. Par grammaire ludique, nous entendons l'arrimage entre les mécaniques de jeu, les éléments du contenu et la construction du récit vidéoludique. La part consacrée à la lecture, aux échanges et aux dialogues à choix multiples permet de progresser dans l'œuvre tout en minimisant les moments consacrés aux combats.

La diversité des genres des protagonistes peut ouvrir une discussion sur l'identité et le traitement délicat de la question par l'œuvre permet de plonger en douceur dans le sujet. Les comportements des différents personnages dans les situations de séduction peuvent également permettre de discuter de ce qui est adéquat ou non dans les relations interpersonnelles et consentantes. Puisque chaque personnage fonctionne différemment, cela permet de reconnaître ce qui met à l'aise ou crée de l'inconfort dans une relation, de même que ce qui est offensant ou désagréable.

Conclusion

Les œuvres numériques par leur accessibilité et leur inclusion dans les pratiques usuelles (Lescouet, 2023) offrent des représentations mobilisables facilement. L'incarnation de protagonistes queers et la manipulation des œuvres dans une perspective de gestes de lecture signifiants rapprochent le-la lecteur-riche du propos par son incarnation personnelle. La mobilisation à la première personne de ces vécus ouvre la possibilité d'une identification et d'une prise de conscience intime.

De nombreuses œuvres se saisissent de ces enjeux, les quelques-unes que nous avons abordées dans ce texte ne sont que des exemples pouvant ouvrir des pistes narratives alternatives à l'hétéronormativité.

La diversité dans une acception plus large est également présente dans les corpus numériques, de l'inclusion des diversités par la représentation fantastique (*Coffee Talk*, 2020 ; *Undertale*, 2015), de la dépression (*Gris*, 2018 ; *Depression Quest*, 2023), de la précarité (*Paper, Please*, 2013 ; *Spent*, 2011), et de la neurodiversité, etc. Les explorations des modalités narratives à même de représenter ces réalités sont un champ d'études particulièrement riche pour comprendre les possibles de la littérature numérique. La diversité des gestes mobilisables grâce aux interfaces numériques permet d'approfondir les modes de narration, de l'effacement à des événements en temps contraint, il est alors possible de reproduire ou de figurer des conditions de vie et d'actions autres. Ce réseau d'œuvres numériques permet donc d'aborder les concepts d'EDIA à la maison ou en classe dans le but de contribuer à une société qui prend le pouls de sa diversité de genre et des identités queer.

Bibliographie

Corpus

- Fox, T. (2015), *Undertale*, 8-4, <https://undertale.com/>
Kitfox Games (2021), *Boyfriend Dungeon*, <https://www.boyfrienddungeon.com/>
McGee, L., Dreamfell (2020), *If Found ...*, Annapurna Interactive.
<https://annapurnainteractive.com/en/games/if-found>
McKinney (2011), *Spent*. <http://playspent.org/>
Nomada Studio (2018), *Gris*, Devolver Digital, <https://nomada.studio/>
Ruddy, E., et Lebedovich, T. (2022). *Un/tied*. Office national du film du Canada.
<https://www.untied.shoes/>
The QuinnsPiracy, Lindsey, P. (2013), *Depression Quest*, <https://www.depressionquest.com>
Toge Productions (2020), *Coffee Talk*, <https://www.togeproductions.com/project/coffee-talk/>
3909 LLC (2013), *Papers, please*, <https://papersplea.se/>

Références

- Acerra, E., Lacelle, N., Molina, M., Vallières, A. (2021), « Paramètres descriptifs et figures de style des œuvres littéraires numériques pour la jeunesse », *La lettre de l'AIRDF*, 68, 18-23.
Benshoff, H. M. (1997), *Monsters in the closet: Homosexuality and the horror film*, Manchester University Press.
Brunel, M. et Bouchardon, S. (2020), Enseignement de la littérature numérique dans le secondaire français : une étude exploratoire. *Revue de recherches en littératie médiatique multimodale*, 11. <https://doi.org/10.7202/1071476ar>
Cavalcante, A. (2013), *The Struggle for the Ordinary: Media Culture, Transgender Audiences and the Achievement of Everyday Life* [Thèse de doctorat], University of Michigan.
Carignan, I., Bissonnette, S. et Beaudry, M.-C. (2021), « L'école virtuelle : faute de pain, on mange de la galette ! », *Médiations & médiatisations*, 8, 53-60. <https://doi.org/10.52358/mm.vi8.201>

- Collin, S., Guichon, N., Ntébutsé, J. G. (2015), « Une approche sociocritique des usages numériques en éducation », *Sciences et technologies de l'information et de la communication pour l'éducation et la formation*, 22, 89-117. http://erta.ca/sites/default/files/2017-02/Collin-Guichon-Ntebutse_approche-sociocritique_2015.pdf
- Coulombe, S., Gagnon, C., Bisson, J., Gagné, A., Dupuis, S., Larouche, M., Alexandre, M., Beaucher, C. (2020), « Transformations des pratiques enseignantes en formation professionnelle au Québec avec l'arrivée de la COVID-19 », *Formation et profession*, 28 (4 hors-série), 1-13. <https://doi.org/10.18162/fp.2020.682>
- Ferguson, D., Lemieux, A. (2022), "Éclosions in literacy research: Rereading Brandt and Clinton's "Limits of the local", *Journal of Literacy Research*, 54(2), 208-215.
- Halberstam, J. (2019), *Trans: A quick and quirky account of gender variability*, University of California Press. <https://doi.org/10.1525/9780520966109>
- Lacelle, N., Boutin, J.-F., Lebrun, M. (dir.) (2017), *La littératie médiatique multimodale appliquée en contexte numérique – LMM@ : outils conceptuels et didactiques*, Presses de l'Université du Québec.
- Ladson-Billings, G., Tate IV, W. F. (1995), "Toward a critical race theory of education", *Teachers College Record*, 97(1), 47-68.
- Lescouet, E. (2023), « Incursion littéraire dans le flux », *Verbatim*, 3. <https://revueverbatim.ca/numero3/lescouet>
- Lemieux, A. (2021), « M/EDIA/tions: Assises théoriques relatives aux questions d'équité, de diversité, d'inclusion et d'accessibilité (EDIA) pour l'enseignement de la littérature avec le numérique », *Revue de recherches en littératie médiatique multimodale*, 14, 1-24.
- Lemieux, A., Berthiaume, R. (2023), « Sur la notion d'engagement envers la lecture : Constats, angles morts et complexités », *Nexus*, 3, 58-72.
- Miquelon, A. (2022), « Le bagage culturel des élèves au service de l'interprétation d'une œuvre résistante au secondaire », *Revue hybride de l'éducation*, 6(1), 219-236.
- Montésinos-Gelet, I., Dupin de Saint-André, M., Bourdeau, R. (2015), « Accompagner des élèves en difficulté dans leur appropriation de l'écrit à l'aide de la littérature jeunesse », *Revue de recherches en littératie médiatique multimodale*, 2. <https://doi.org/10.7202/1047309ar>
- Morin, M.-F., Roger, L. (2014), « Les réseaux littéraires : clé du passeur culturel », *Québec français*, 171, 95-97.
- Price-Dennis, D., Sealey-Ruiz, Y. (2021), *Advancing racial literacies in teacher education: Activism for equity in digital spaces*, Teachers College Press.
- Reed, A. A., Murray, Salter, J. & A. (2020), "Breaking Boundaries in Visual Novels", *Adventure Games: Playing the Outsider*, Bloomsbury Academic.
- Ruberg, B. (2019), *Video games have always been queer*, New York University Press.
- Shaw, A, Lauteria, E. W., Yang, H., Persaud, C., et alii (2019), "Counting queerness in games: Trends in LGBTQ digital game representation, 1985-2005", *International Journal of Communication*, 13, 26.
- Tauveron, C. (2004), « De la lecture littéraire à l'écriture à l'intention littéraire ou comment construire une posture d'auteur à l'école », *Actes du 9^e colloque de l'AIRDIF*, Québec.
- Tauveron, C. (Éd.) (2002), *Lire la littérature à l'école. Pourquoi et comment conduire cet apprentissage spécifique ? De la GS au CM*, Hatier pédagogie.

Comparison of comic book and graphic novel concepts⁵⁵

Eren Evin KILIÇKAYA, Levent MERCIN, Elif DOKUR
Dumlupinar University of Kütahya, Turkey

Abstract

Comics are a tool that artists use to express their ideas through images, combining those ideas with text and images. Comics are usually designed as a series of sequential visual boxes. In addition to visuality, comics also make use of textual elements such as subtitles, speech bubbles, and comic book-specific sound effects (onomatopoeia) to illustrate dialogue, thoughts, and narration.

When we look at the studies on comics arising from the use of pictures and writing together, the opinion that comics is seen as an art field is dominant. Comics can be a separate publication area, as well as in periodicals such as newspapers and magazines. Although the weight of expression in comics is mostly in the drawings, the contribution of the literary elements cannot be ignored. It is even possible to see creative examples where short explanations, exclamatory expressions and word marks are used creatively.

A graphic novel is essentially a novel. It is long enough able to appeal for adults and contains complex stories like novel. Graphic novels have many features of traditional novels. They have a clear beginning, middle, and end, a central narrative supported by side narratives, character development, well-thought-out dialogues, narration, and thematic messaging. Graphic novels are more qualified literary works than comics and literary appreciation features are taken into account. Compared to comics, graphic novel books are hardcover, which gives them a more durable form.

Both graphic novels and comics use images to tell a story, just like a movie or television series. While comics have similar characteristics to graphic novels, there are some differences between comics and graphic novels. Comics are often part of regularly published narratives. In contrast, graphic novels contain a complete narrative. The main difference between comics and graphic novels is that graphic novels are longer than comics.

The aim of this research is to reveal the similarities and differences between two different fields that have the potential to be confused. While these differences and similarities were revealed, how both genres contributed to the field of art was examined and the results were presented by making comparisons. In the research, scanning the relevant literature, which is one of the general scanning models, and examining the original examples of both art types according to the work analysis method were used and interpreted.

⁵⁵ « Comparaison des concepts de bande dessinée et roman graphique », Eren Evin KILIÇKAYA, Levent MERCIN, Elif DOKUR, Université Dumlupinar de Kütahya, Turquie.

What is Comic Book?

Comic books are visual narrative tools that people created and accessed as both entertainment and criticism in the days before televisions, smartphones and the internet. Comic books were first drawn by hand using traditional methods, usually paper, pen and ink. Traditional methods, in which the production process was laborious and slow, were replaced by digital drawings with the development of technology. Digital comic book works, which are produced more easily and quickly, have reduced the margin of retrospective error and facilitated comic book artists in matters such as coloring and preparing for printing.

Early Comic Books

The known first comic book is “The Yellow Kid in McFadden’s Flats”, by E.W. Townsend (Image 1). It was published in 1897, it is considered to be the first comic book, insomuch that it bore the phrase “comic book” on its back cover. The Yellow Kid became so popular that in 1896 it was drawn in two different newspapers by two different artists at the same time. The use of sequential panels and word balloons in the comic strip had a tremendous influence on the future of cartoons and the comic book industry. Far from the full-color glossy comic books of today, The Yellow Kid in McFadden’s Flats featured black and white reprints of popular newspaper comic strips. Subsequent comic strip compilation books included reprints of The Katzenjammer Kids, Happy Hooligan, Buster Brown, and Mutt & Jeff (HTML 2).

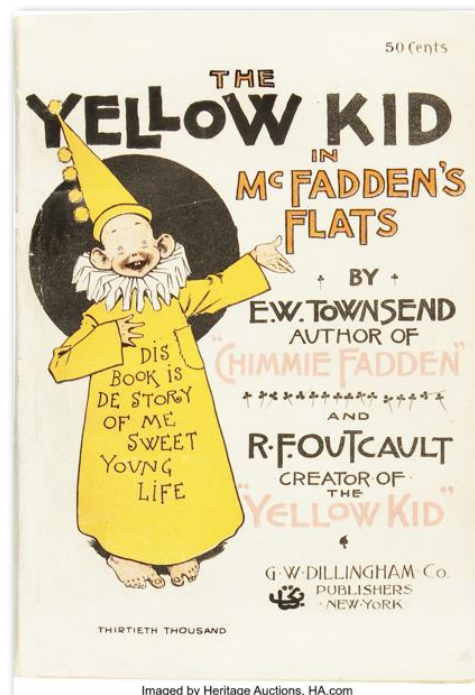


Image 1. The Yellow Kid in McFadden's Flats

Source: <https://rhslegend.com/2759/ae/the-golden-age-of-superheroes/>

The first monthly comic book, titled Comics Monthly, began publication in 1922, though it also featured reprints of daily newspaper comic strips (Image 2).

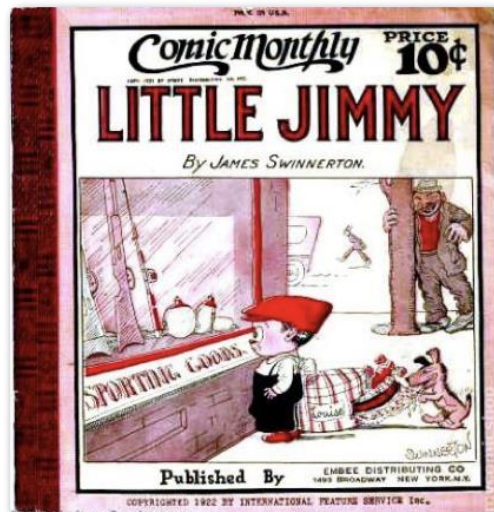


Image 3. Comics Monthly

Source: <https://www.mycomicshop.com/search?TID=430471>

In 1933, “Funnies on Parade” became the first color comic book printed (Image 3). The period from 1938 through the mid-1940s represents the peak of comic book popularity. Whereas current monthly sales of popular comic book titles hover around 100,000 copies, in the early 1940s Superman, Batman and Captain Marvel titles each regularly sold in the range of 1.5 million copies per month.

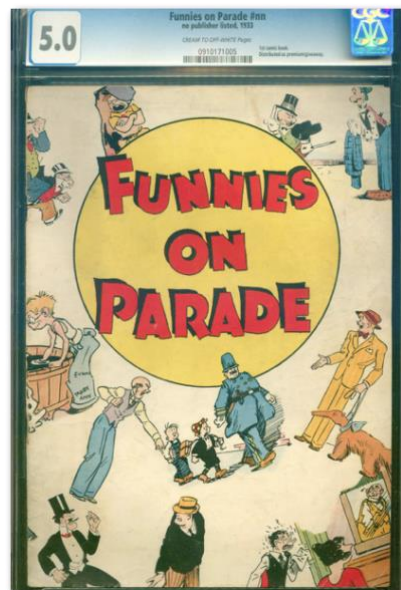


Image 3. Funnies on Parade

Source: <https://www.comicconnect.com/item/845124>

Early Turkish Comic Books

As in America, comics first found a place in newspapers and magazines in Turkey. As the works previously published in the form of caricatures in the same newspapers and magazines merged with this new genre, many local cartoonists began to produce works in the comic book genre. Although these new works were initially

weak in terms of quantity and quality, they later began to produce quality works in line with the interest and demands of the public.

Comics entered Turkey with adaptations from the West. In children's magazines (such as Bibir Novel by Türkiye Publishing House), in daily newspapers (Prof. Nimbus in Cumhuriye, Hoş Memo in Vatan, Fatoş in Hürriyet, Yeni Sabah Hasbi Tembeler etc.) and as separate weekly publications (Tom Miles, Texas), there were periods when he received great attention (Image 4).

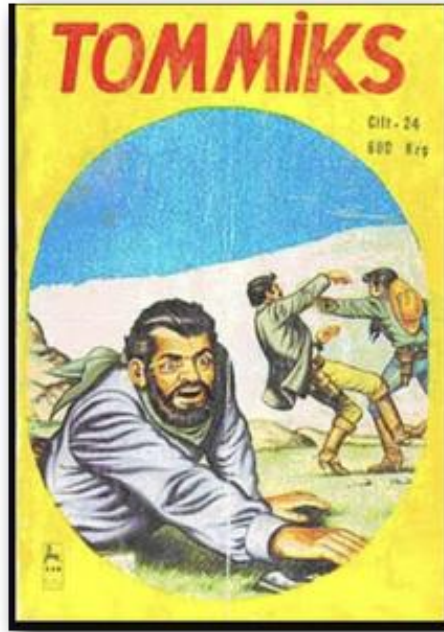


Image 4. Tom Miks

Source: <https://tarihenotdus.org/genel-kultur/turkiyede-cizgi-roman/>

By 1950-1960, comics in Turkey were no longer published as tapes in newspapers and comic book illustrators and cartoonists began to publish their stories in magazines. This trend, pioneered by Oğuz Aral, was no longer just entertainment for children, but became a format in which heroic stories were told, criticism was given and it was accepted by the public. The production of local resources broke the cultural capitalism criticism of translated comics, and success was achieved by telling stories from our own culture.

What is Graphic Novel?

A graphic novel is essentially a novel. It is long enough able to appeal for adults and contains complex stories like novel. Graphic novels have many features of traditional novels. They have a clear beginning, middle, and end, a central narrative supported by side narratives, character development, well-thought-out dialogues, narration, and thematic messaging.

While the term 'graphic novel' only entered common usage as recently as the late 1970s, novel-length works in either pictures-only forms or pictures in combination with text have existed since the 19th century.

Considered by some to be the first modern graphic novel, “A Contract with God” by comics legend Will Eisner, first published in 1978, was actually just the first to use the term ‘graphic novel’ as a marketing tactic - it appeared on the cover of the trade paperback edition (Image 5).

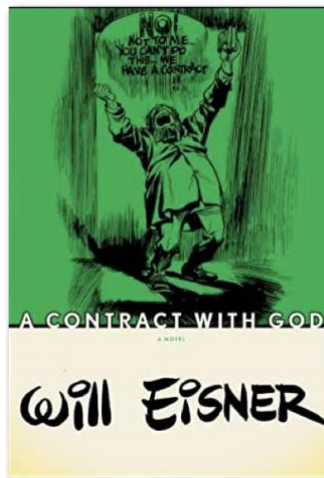


Image 5. A Contract with God

Source: <https://wowcool.com/product/a-contract-with-god-and-other-tenement-stories/>

Satrapı’s best-selling, internationally acclaimed graphic memoir.

Persepolis is the story of Marjane Satrapı’s unforgettable childhood and coming of age within a large and loving family in Tehran during the Islamic Revolution; of the contradictions between private life and public life in a country plagued by political upheaval; of her high school years in Vienna facing the trials of adolescence far from her family; of her homecoming--both sweet and terrible; and, finally, of her self-imposed exile from her beloved homeland. It is the chronicle of a girlhood and adolescence at once outrageous and familiar, a young life entwined with the history of her country yet filled with the universal trials and joys of growing up (HTML 4), (image 6).



Image 6. Persepolis

Source: <https://www.abebooks.com/products/isbn/0375714839>

Similarities and Differences Between the two Genre

Graphic novels are more qualified literary works than comics and literary appreciation features are taken into account. Compared to comics, graphic novel books are hardcover, which gives them a more durable form. Both graphic novels and comics use images to tell a story, just like a movie or television series. While comics have similar characteristics to graphic novels, there are some differences between comics and graphic novels.

Comics are often part of regularly published narratives. In contrast, graphic novels contain a complete narrative. The main difference between comics and graphic novels is that graphic novels are longer than comics. Comics are works that are published and published monthly, or come out in regular periods, and often do not have a definite end date. Graphic novels are works that have an end that is produced and published in series that are different from comics.

In comics, events usually develop around a main character. Characteristics and heroic characterizations are powerful narratives with extraordinary powers, which always contain the conflict of good and evil that wins. In contrast, in graphic novels the characters are more real, unlike superheroes, their heroes are characters who can be sad, lose and die.

The novel phrase, which is the more serious and more intellectual works of the graphic novel format, which emerged when the comics lost their popularity due to some influences, brought it closer to literature, and in this process, graphic novels were accepted as more respectable works rather than being funny and entertaining products, unlike comics.

Comparison Through “George Orwell, 1984”

Because of the graphic novel is a new field of study, there is no rigid differences between the two genres in Turkey. The comic book and graphic novel are used instead of each other frequently. You can find the both of them in the same bookshelves in a bookstore. However, if we can make a comparison the same book’s version of graphic novel and comic book, we can see some differences between the two. Graphic novel version contains more text less images, and comic book version contains more illustrations and less text. So, graphic novels are more suitable to read and comic books are more suitable to look (Image7,8 &9).

Graphic novel version of “George Orwell, 1984” is more related to the graphical elements, such as typographical arrangements, black and red diagonal lines (Image 10,11 &12) whereas the comic book version of “George Orwell, 1984” is much related with hand drawings and colorful illustrations (Image 13,14 &15).

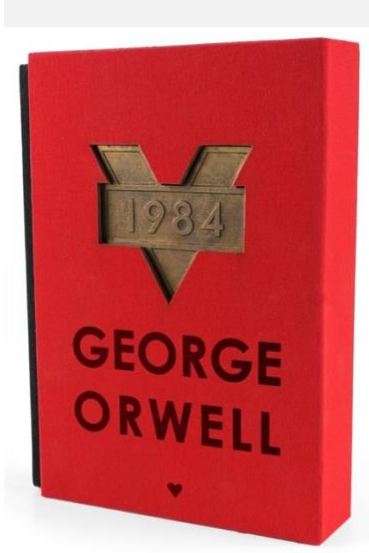


Image 7. George Orwell, 1984, Cover of Graphic Novel version
Source: <https://www.canyayinlari.com/1984-9789750738975>



Image 8. George Orwell, 1984, Cover of Comic Book version
Source: <https://www.ciceksepeti.com/1984-cizgi-roman-can-yayinlari-george-orwell-eylul-2022-turkce-ciltsiz-kcm92399884>

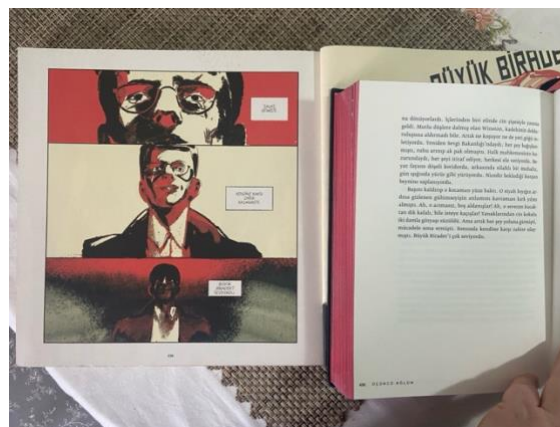


Image 9. George Orwell, 1984, Last pages of Comic Book version and Graphic Novel version
Source: Author's archive

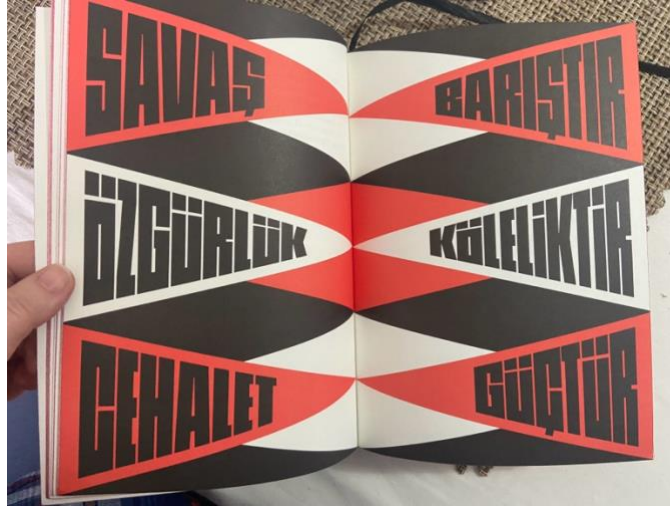


Image10. George Orwell, 1984, Graphic Novel version
Source: Author's archive



Image 11. George Orwell, 1984, Graphic Novel version
Source: Author's archive

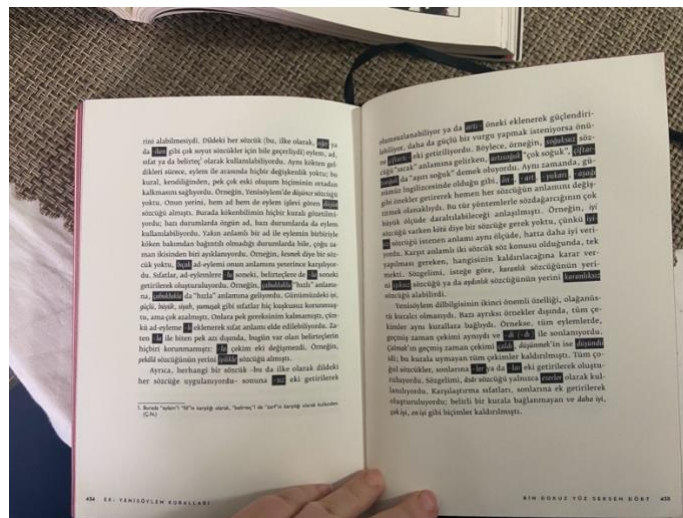


Image 12. George Orwell, 1984, Graphic Novel version
Source: Author's archive



Image 13. George Orwell, 1984, Comic Book version
Source: Author's archive



Image 14. George Orwell, 1984, Comic Book version
Source: Author's archive



Image 15. George Orwell, 1984, Comic Book version
Source: Author's archive

Conclusion

If we define a comic in general, it is the animation of a story with the line and the texts that support it, with speech and thought bubbles, with successive frames on paper, where the drawing is the main element. Graphic novels are more qualified works than comics, they have literary concerns. They are works in which the writers and illustrators come to the fore what they want to tell. Comics are older genre than graphic novel. The term graphic gives them a visual importance and the phrase “novel” emphasizes literary care.

Comic books are works that are printed and published on a monthly basis or published in regular periods and often do not have a definite end date. Graphic novels, on the other hand, unlike comic books, are works that are published in a defined series and have an end date. Serialized examples are also works with a set end date and number of albums. Graphic novels contain human stories where heroes can die. Graphic novels are more qualified works than comics, they have literary concerns. They are works in which the authors and illustrators emphasize what they want to tell. Unlike superheroes, their heroes are characters who can grieve, lose and die. In this way, the graphic novel focuses on the story rather than the success and popularity of the character.

References

- CANTEK, L. (2017), Çizgi Romanın İmkansız Aşkı, Edebiyat veya Yeni Bir Edebiyat Sevdalısı, Grafik Roman. Sabit Fikir Dergisi, 73, 23.
- UZUN, A. (2021), Çizgi Roman ve Yeni Sunum Biçimleri, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Kütahya Dumlupınar Üniversitesi.
- HTML1-<https://www.abebooks.com/books/features/50-essential-graphic-novels.shtml>
- HTML 2-<https://www.illustrationhistory.org/genres/comics-comic-books>
- HTML 3-<https://tarihenotdus.org/genel-kultur/turkiyede-cizgi-roman/>
- HTML 4-<https://www.abebooks.com/products/isbn/0375714839>
- HTML 5-www.birgunnethaber.com

Tan lejos y tan cerca: identidad cultural en un mundo globalizado⁵⁶

Teresa PÉREZ CONTRERAS
Escuela de Arte San Telmo, Málaga, Espagne

En las relaciones interculturales entre Oriente y Occidente, en concreto entre Japón y Europa, ha existido una gran fascinación entre ambas culturas a lo largo de la historia. Imágenes de la cultura visual japonesa que han enamorado al espectador europeo y viceversa. En el s. XIX, Vincent Van Gogh nos mostraba un *selfie* de su época en un autorretrato donde podemos ver representado un actor de Kabuki en su chaqueta. Hoy día, miles de *instagrammers* aparecen vestidos con camisetas que incluyen personajes de la cultura popular japonesa. Un auténtico «fenómeno fan» entre dos culturas lejanas pero a la vez cercanas.

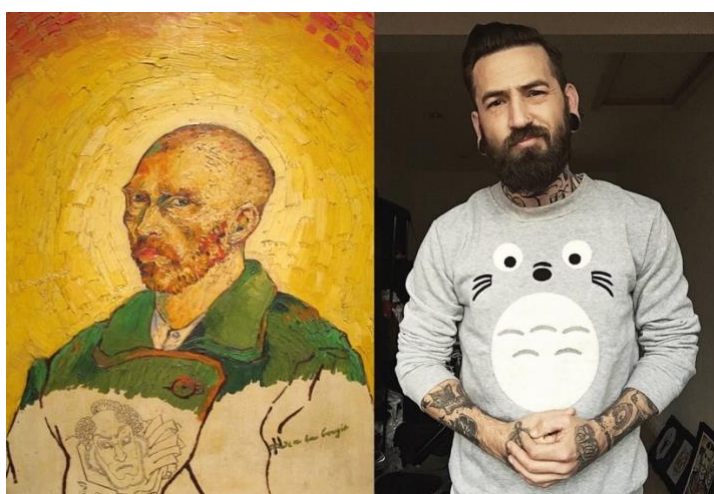


Figura 1: Izquierda: Atribuido a Van Gogh, V. (1888). *Study by Candlelight* [pintura]. Museo de arte de Nevada. Derecha: karlito_12 [@karlito_12] (7 de octubre de 2018). Smile! Don't be so serious 🙄❤️ #loa #positive #future #beard #beards #bearded #beardedvillain #guyswithbeards #guyswithtattoos #tattoo #tattooed #studioghibli #totoro [Fotografía]. Instagram. <https://www.instagram.com/p/Boo8761glYH/?hl=es>

En nuestra memoria permanece la imagen del grabado japonés más conocido mundialmente, «La gran ola de Kanagawa» de Katsuhika Hokusai). La estampa reproduce una ola gigante que se eleva poderosa justo antes de caer y expandirse en el mar. Una imagen que serviría para describir una tendencia cultural denominada «ola japonesa», en referencia a la expansión de las estructuras culturales y mediáticas japonesas contemporáneas en Occidente. Un flujo de cultura popular nipona que ha penetrado en otras culturas sigilosamente, mezclándose en el mar de la interculturalidad gracias al desarrollo de la comunicación y los medios de masas en el contexto de una sociedad globalizada.

⁵⁶ « Si loin et pourtant si proche : l'identité culturelle dans un monde globalisé », Teresa PÉREZ CONTRERAS, École d'Art San Telmo, Malaga, Espagne.



Figura 2: Katsushika, H. (ca. 1830-32). *Under the Wave of Kanagawa*, también conocido como *The Great wave*, de la serie *36 vistas del Monte Fuji* [Grabado xilográfico]. Museo de arte metropolitano Nueva York. <https://www.metmuseum.org/art/collection/search/45434>

La influencia de naciones orientales, concretamente de Japón, en el mundo es cada vez más evidente. En las últimas dos décadas, Japón ha globalizado el mundo a través de su cultura popular, cuestionando a los antiguos teóricos que consideraban la globalización bajo una visión etnocentrista orientada a Occidente. El alcance de esta nueva ola no es un fenómeno aislado sino que ha llegado también a otros países asiáticos, a Estados Unidos y a Europa. Como afirman Madrid y Martínez (2010: 84): «se trata de un fenómeno global y de alcance muy amplio no tan sólo geográficamente, sino también desde una perspectiva cultural, puesto que a partir de la entrada del manga y el anime se ha despertado el interés por otros elementos de la cultura popular japonesa».

Según Edstrom (1994: 36), japonización es «el proceso mediante el cual elementos japoneses son transportados a, y asimilados por otros países y culturas». Harumi Befu (2003, p.4), autor que posiblemente más ha escrito sobre este fenómeno afirma que. «analizar la experiencia japonesa puede hacer una contribución real a la construcción de la teoría de la globalización y de ese modo cuestionar el papel hegemónico reclamado por los teóricos occidentales de la globalización». Y añade (2003, p.9): «Japonización indica la propagación de la cultura japonesa en el sentido más completo – *karaoke*, *sushi*, *dorama*, anime, manga, el estilo de gestión japonés y los productos industriales – en el mundo, al igual que se usan términos como americanización u occidentalización». Este fenómeno cuestiona la mayoría de teorías sobre la globalización y se intuye un deseo de reorientación de los pensamientos con una visión más de Este a Oeste, de Oriente a Occidente.

Las teorías de la globalización han ido evolucionando pero siempre desde un punto de vista occidental: los teóricos neomarxistas y funcionalistas asumen la existencia de una cultura global unificada y homogénea producto del capitalismo y su expansión mercantilista, que a través de las comunicaciones, persigue la hegemonía de algunas potencias occidentales.

Esta confrontación entre dos visiones de la cultura, es lo que Roland Robertson (1995: 30) denomina, el debate sobre «homogenización global» frente a «heterogenización». Según el autor, ambas tendencias se implican mutuamente, lo local es definido por lo global. Para él es fundamental tener en cuenta lo local e incluso lo histórico y ve necesaria la introducción en la teoría social de un nuevo término: la

«glocalización». Este término se inspira, precisamente, en una palabra japonesa: *dochakuka* (localización global) proveniente del mundo de los negocios nipones. Robertson la descontextualiza y la populariza en Occidente en los años 90. El autor rechaza la noción de la globalización como una mera homogenización cultural, y presta atención a las prácticas de interacción cultural, interrelación y apropiación que tiene lugar cuando una forma cultural es aceptada y después «indigenizada» en otra cultura.

En su libro *Orientalismo*, Edward Said (2003) disecciona la manera como, desde Occidente, se ha construido una imagen determinada de Oriente que ha marcado nuestra manera de entenderlo, representarlo y aproximarnos a él. De una primera percepción exótica y colonialista, la globalización del capitalismo ha contribuido a un mayor conocimiento de la cultura oriental pero, a pesar de una mayor familiaridad, aún persisten estereotipos y creencias que decantan nuestra percepción en una dirección ya marcada previamente.

Según Befu (2001), es necesario examinar la globalización de Japón por esa visión etnocentrista de las teorías de la globalización llevadas a cabo por los académicos anteriormente citados. Sea cual sea la posición de éstos, se entiende la modernización como un proyecto de la civilización occidental, la globalización viene de Occidente. Para el autor si solo un centro de globalización puede ser reconocido, difícilmente podemos hablar de una teoría de la globalización. Además de Occidente, hay otros centros de globalización en el mundo, concretamente Japón. En el mundo actual, personajes de la cultura popular japonesa como Doraemon o Pokemon forman parte del imaginario colectivo mundial y conviven con los personajes de Disney.

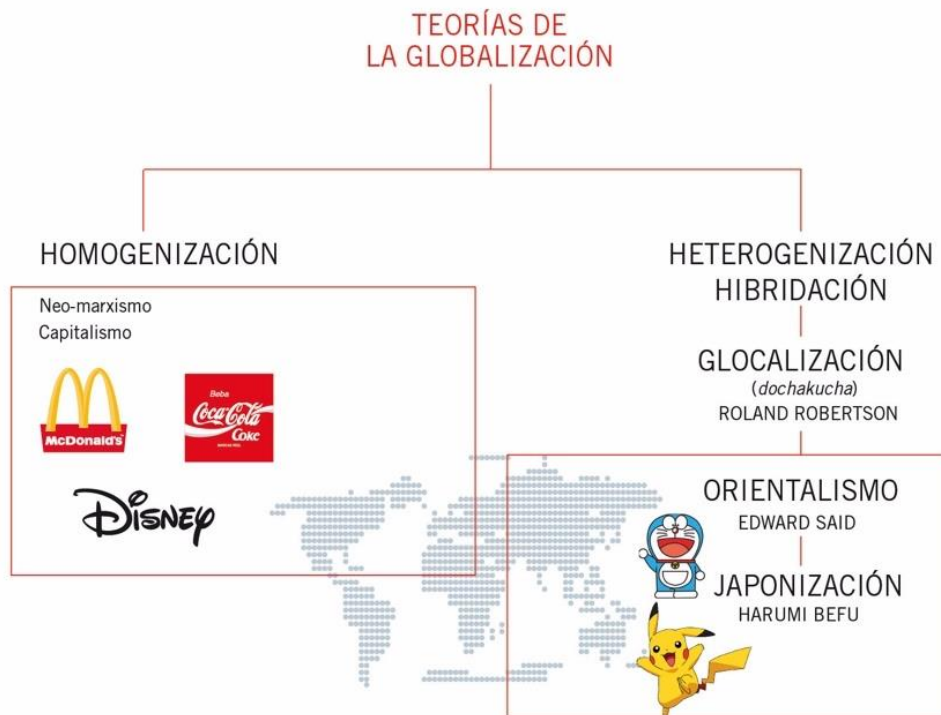


Figura 3: Pérez Contreras, T. (2013). Teorías de la globalización [ilustración digital].

De Japonismo a Neojaponismo

La locura por la cultura popular japonesa y las nuevas imágenes de Japón asociadas con el movimiento han sido definidas como *Neojaponismo* por varios autores estableciendo un paralelismo con el *Japonismo*, movimiento originado a finales del siglo XIX y entre los que encuentra similitudes: ambos están asociados con la difusión de imágenes de Japón y ambos están relacionados con la cultura popular y los medios de masas. En el primero Japón llega a Europa gracias a los medios de masas a través del manga y el anime y en el segundo, inventos como la imprenta o la fotografía descubrieron los exóticos grabados japoneses (*ukiyo-e*) a Occidente. Existe una mirada común hacia el objeto desconocido, Japón es considerado como «el perfecto *alter ego*, ese otro yo, a la vez cercano y distante, en espacio y en su radical otredad» (Rafoni, 2004: 21). La percepción de Japón es definida a través del exotismo y de la construcción cultural de la otredad. Siempre considerado desde la perspectiva del mundo occidental como un país radicalmente diferente, a veces admirado y otras veces odiado, las percepciones que Occidente tiene de Japón están íntimamente asociadas a los periodos de su historia.

Varios autores, como David Almazán (2010: 876), han tratado de establecer estas etapas de influencia japonesa, que podrían resumirse en:

- *Japonismo*, a finales del S.XIX cuando la moda por lo japonés se extiende entre la burguesía y en los ambientes artísticos a los que influencia enormemente. Occidente se inicia en el coleccionismo de las *japonaiseries* (objetos pequeños cajas de laca, abanicos). Se crea la imagen exótica del orientalismo clásico: geishas y samuráis. Japón se conoce a través de las exposiciones universales.

- Años 70, 80: el despegue económico de Japón y el resurgir como potencia económica. Es vista con admiración sobre todo desde los círculos empresariales.

- Años 80, 90: El desarrollo de la industria robótica y el avance de sus industrias electrónicas crea la imagen de un Japón moderno y futurista. La asociación de Japón como país tecnológicamente avanzado persiste hoy día.

- *Neojaponismo*: jóvenes de todo el mundo descubren un país a través del manga y el anime, una actividad de ocio que evoca imágenes y referencias del Japón contemporáneo. Propiciadas por la difusión masiva de la cultura popular, las imágenes de Japón se renuevan pero mantienen la misma base de atracción hacia lo distinto, lo exótico.

Este último comparte la misma fascinación por los productos orientales que hace un siglo provocó en Occidente la cultura visual japonesa. No es un fenómeno nuevo pero sí la forma en que esa cultura exótica y seductora es difundida a través de la cultura de masas y su poder mediático.

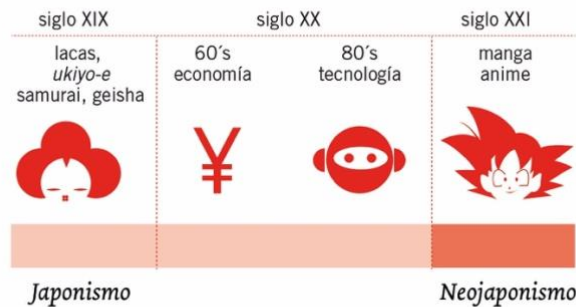


Figura 4: Pérez Contreras, T. (2013). Etapas [ilustración digital].

El poder blando

Manuel Castells (1997) hace referencia al concepto de *glocalización*, entendida como la articulación entre lo global y lo local desde una visión urbana, como una noción que hoy se aplica tanto a la economía como a la cultura. Supone para él destacar el ámbito urbano y el papel gestor- coordinador-promotor de los gobiernos locales para la implementación de políticas que tienen en cuenta unos referentes globales y que se posicionan respecto a ellos. En síntesis: «globalización más proximidad».

Después de años de éxito como potencia militar, Japón pasó a ser una gran potencia económica, pero a partir del siglo XXI el país emerge como superpotencia cultural y aparece el concepto del *Japan Cool* (McGray, 2002), a través de la exportación masiva de productos de su cultura popular (*japanimation*, manga, videojuegos, *j-pop*, moda, cocina...). Como afirma Bouissou (2011: 91), «el archipiélago se ha convertido, por primera vez en su historia, en una “potencia simpática”». Este contexto ha donado una nueva perspectiva a la noción del *Soft Power* formulada por Joseph Nye en 1990 (2010). Concebida en origen por caracterizar la potencia económico-militar norteamericana y viendo que el *Hard Power* no es garantía de éxito, se ha ampliado el concepto original del poder blando como el medio para salir adelante en la escena internacional, apoyados por las encuestas de BBC World Service, donde Japón es clasificado regularmente por otros países en cuanto a influencia sobre la escena mundial como «positiva». Japón está desarrollando una nueva fase de comunicación de imagen como país que es acelerada por la comunidad global internacional.

Del *ukiyo-e* al manga

El *ukiyo-e* es un género artístico que se estableció en Japón durante el periodo Edo (1615-1868) y fue apreciado como una forma de entretenimiento de masas para la nueva clase urbana de Edo (actual Tokio). Hasta entonces la concepción del mundo era la de un mundo difícil, transitorio y fugaz, comparado con la tierra prometida. Sin embargo, cuando el shogunato Tokugawa unificó el país, Edo comenzó a experimentar una época de paz, desarrollo y estabilidad, que fomentaba la idea del disfrute de la vida hedonista. La concepción del mundo cambió de significado, como

afirma David Almazán (2013: 1), «La palabra japonesa *ukiyo*e se compone de tres caracteres, o *kanji*, que significan “flotante” (*uki*), “mundo” (*yo*) y pintura (*e*) y que se traducen como la “pintura o grabado del mundo flotante”». Aunque originalmente el término se refería al ilusorio mundo efímero que es necesario trascender para alcanzar el verdadero conocimiento, las clases medias y populares de las ciudades japonesas se sintieron más atraídas por las diversiones mundanas que por la salvación eterna e hicieron suyo el término para definir su cultura edonista.

Esa forma de pensar de manera positiva tuvo un gran impacto en la creatividad de los artistas que empezaron a dibujar la vida social de la temprana era moderna, capturando el día a día de la gente común, conocida como *chōnin* (gentes de ciudad). Escogían temas a la vanguardia de la vida social y asuntos de la época, donde el entretenimiento era el protagonista: «diversión» y «teatro» reflejados en imágenes de *bijin-ga* (mujeres hermosas), y *yakusha-e* (imágenes de actores de *kabuki*) y que rápidamente se extendieron entre la gente común. La enorme popularidad de los *ukiyo-e* contribuyó a grandes avances en la técnica de la impresión, facilitando una velocidad de producción y un sofisticado sistema de distribución y circulación. Las estampas japonesas generaron un arte para las masas siglos antes de que naciera este concepto. Algunos autores, como Gangitano (2016), intuyen que en el Japón de Edo surgió el verdadero arte popular o Pop Art y, sin duda, constituyó un momento en la historia de la cultura visual japonesa que influenciará al desarrollo de otras manifestaciones culturales hasta el día de hoy.

Origen del japonismo

El término *japonismo* fue acuñado por el periodista y crítico de arte francés Philippe Burty en un artículo publicado en 1876 para describir el interés y fascinación por la cultura japonesa. La alta valoración que los franceses concedieron a los objetos de arte japoneses llegaría a mediados del siglo XIX. Entre los intelectuales de ese país se había producido ya algo así como un boom de lo japonés. Se tiene constancia de que, cuando se celebró en París la Exposición Universal de 1867, existían ya admiradores de lo japonés. Watanabe (2015) habla de cómo, al principio, los primeros *ukiyo*e no eran sino envoltorios de los objetos de cerámica que llegaban desde Japón. Eso es al menos lo que ocurrió con los Hokusai-manga o esbozos de Hokusai. Como es sabido, el *ukiyo*e recibió una alta valoración por parte de los artistas del impresionismo y su reconocimiento se extendió después a todo el mundo.

En el caso español, la participación de Japón en la Exposición Universal de Barcelona de 1888 sirvió de inicio para la difusión del *japonismo* en España.

Neojaponismo

El éxito de la cultura popular japonesa en España, (manga y anime), puede revisarse bajo un esquema propuesto por Sabre (2012) en su estudio de la cultura popular japonesa en Francia ya que ambos casos son muy similares. Entendiendo la difusión cultural como la forma más eficiente de analizar cómo las producciones japonesas han llegado a formar parte del imaginario de Japón en Francia, sugiere que lo importante es la idea de los elementos culturales extendiéndose a otra cultura y las varias etapas de este proceso: la etapa superpuesta del descubrimiento, la

integración, el rechazo, la adaptación y la apropiación de elementos foráneos integrados en un paisaje cultural diferente. Como afirma la autora, la difusión de cultura popular lo es en un sentido antropológico pero también en el sentido de difusión-transmisión televisiva pues el fenómeno comienza a través de las animaciones emitidas en la TV. Varios autores coinciden en señalar los años 70 y 80 como el inicio de una nueva época. En estos años se realizan las primeras emisiones en televisión de series animadas japonesas. Según Pelliteri (2004: 1), la primera «gran ola» de dibujos japoneses sentó las bases de una «mentalidad estética» y una nueva sensibilidad en una gran parte de las nuevas generaciones y sigue creciendo. En los años 90, el fenómeno de fans originado por la serie *Dragon Ball* hace que las editoriales comiencen a plantearse editar contenidos relacionados con estas series, y aparecen los primeros manga editados.

Así, nace la figura del *otaku* o el aficionado que consume las subculturas del manga, el anime, el *j-pop* y el *j-horror* en través de la cultura de fans. Se perciben a sí mismos como un grupo social diferente y el fenómeno se repite en todos los países. Es una comunidad online que asume un movimiento cultural basado en el potencial de las industrias culturales del cómic la animación o los videojuegos. El manga y el anime se convierten en un lugar de interpretaciones culturales multicanal; se realizan traducciones en un intento de adaptación local del producto. Los *fansubs*, son traductores amateur que subtitulan los contenidos audiovisuales y los propagan. Ellos absorben, distribuyen y comparten su conocimiento a través de vías alternativas de consumo. Con el uso de las nuevas tecnologías la comunidad *otaku* está al día de todas las novedades, incluso antes que las editoriales y crea sus propios portales y blogs donde difunden y comparten información. Gutierrez (2010) concreta:

Debemos destacar aún más el carácter abstracto de este tipo de comunidad, que asemejamos al concepto de neotribu o tribu del mundo contemporáneo que propone Bauman (2005). Nos referimos con esto a agrupaciones que nacen de la propia necesidad de compartir intereses considerados extravagantes o inapropiados por el grueso de la sociedad actual, comunidades definidas más que por la agrupación formal de sus miembros por “una multitud de actos individuales de autoidentificación”, que no requieren compromisos a largo plazo, pero que ofrecen la sensación subjetiva de unidad para enfrentarse a las críticas sociales. (Gutierrez, 2010:1035)

Así como en los inicios el anime llegó a España y se adaptó localmente, traduciendo las series y eliminando todo el contenido japonés que pudieran contener en un proceso de glocalización, los fans actuales someten a la cultura a un proceso selectivo y perciben un fuerte vínculo entre los productos que consumen y su país de procedencia. Fascinados por la mezcla de tradición y modernidad de los productos japoneses, comienzan consumiendo manga y anime y terminan interesándose por otros aspectos de la cultura; quieren conocer mejor lo que ven en las series. Buscan la autenticidad, es decir lo que sea más próximo al trabajo original como ejemplo, en el caso del consumo de anime, los fans prefieren versiones originales en lugar de dobladas.

Convenciones y Cosplay

Como fruto de ese interés común por compartir aparecen las convenciones, como los salones del manga que se multiplican por toda la geografía española y se convierten en puntos de encuentro de aficionados. Dentro de estas convenciones, es

común encontrar un ejemplo de transculturación y de interpretación particular de la cultura japonesa por un determinado grupo social, es el fenómeno que hace furor entre los jóvenes *otakus* occidentales: el *Cosplay*. Los cosplayers son personas que se visten con ropa de personajes de manga, anime o juegos. Son creadores de un grupo social basado en dos categorías interactivas: *performance* y diversión, que pueden ser considerados características de la cultura de ocio de la sociedad de masas. Como explica Gutiérrez (2010: 1044), «consideramos que el *Cosplay* colabora a la construcción de sentido en tres direcciones diferentes: la construcción del yo como parte integrante de un colectivo, la construcción del ritual y la construcción de relaciones sociales». Estos eventos suelen ser promovidos y organizados por asociaciones, que son el reflejo de cómo una sociedad suscita interés en otra siendo los miembros autóctonos los que difunden otra cultura a través de jornadas, salones o congresos donde la cultura japonesa es la protagonista. El proceso asociativo refleja esa necesidad de crear un grupo que tiene intereses comunes y unos códigos compartidos.

La afición por la cultura popular japonesa y las nuevas imágenes de Japón asociadas a este movimiento se han definido como *neojaponismo*, estableciendo un paralelismo con el movimiento que se originó a finales del siglo XIX. Podemos encontrar similitudes: ambos están asociados a la difusión de imágenes de Japón y ambos están relacionados con la cultura popular y los medios de comunicación de masas. Si el *japonismo* llegó al mundo con inventos como la imprenta y a través de las exposiciones universales, el *neojaponismo* llega a Occidente a través de internet, el manga, el anime y las convenciones.

Neojaponismo en España

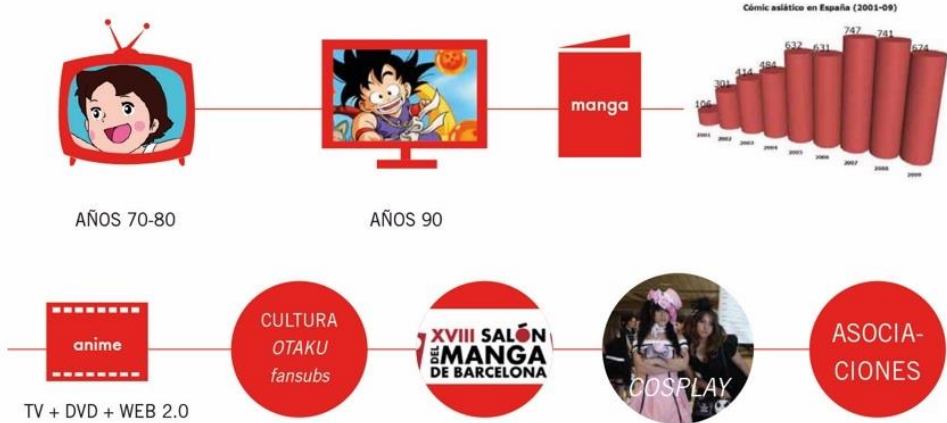


Figura 5: Pérez Contreras, T. (2013). Neojaponismo en España [ilustración digital].

Manga y BD/ Cómic

Aunque el manga y las obras de arte con su característico estilo se han popularizado, es innegable que el manga sigue conteniendo cierta cualidad de «japonesidad». Esto se debe a los fuertes lazos del manga como medio artístico con los sentidos artísticos en evolución de Japón. A pesar de ello, y de las dificultades editoriales adicionales que supone adaptar el manga para su publicación en Occidente, el manga ha encontrado una gran popularidad entre el público occidental. Siendo un medio tan inherentemente japonés, el manga ha llenado un nicho de mercado en el público extranjero. De algún modo, ha conseguido salvar una brecha de comprensión cultural sin comprometer su integridad cultural y artística. Como afirma Toutlemonde (2012) «En Japón el manga posee tal fuerza que ha conseguido un desarrollo propio independiente. Por ello los japoneses, cuando hablan de cómics, piensan sólo en el manga japonés, y se olvidan de que en el extranjero también existe una cultura derivada del mismo género».

En la industria mundial del cómic, el manga ejerce una gran influencia entre los autores. Aunque el manga posee unas características propias (técnicas, estilísticas, culturales, lenguaje, géneros y sistema de producción) que lo diferencian del cómic y de la novela gráfica occidental, este término ha servido para definir cualquier publicación que reúna esas características independientemente del origen geográfico y cultural de sus autores. El triunfo y difusión del manga fuera de Japón, ha permitido el desarrollo de un fenómeno de imitación, influencia e hibridación global y muchos artistas han decidido apropiarse de parte o de la totalidad de la estética y recursos utilizados por el manga para crear historietas, surgiendo nuevos términos híbridos como el Amerimanga, OEL manga, Nouvelle manga o Iberomanga.

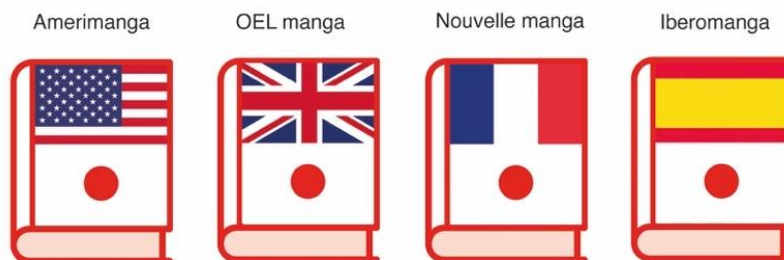


Figura 6: Pérez Contreras, T. (2013). Tipos de manga híbridos [ilustración digital].

El Amerimanga se origina en América y un claro ejemplo sería *Ninja High School* de Ben Dunn. OEL manga (Original English Lenguaje) aparece en lugares de habla inglesa, *By Chance or Providence* de Becky Cloonan sería una obra a destacar.

La *nouvelle manga*, es una corriente historietista fundada por el autor de cómica francés residente en Japón, Frédéric Boilet a principios del siglo XXI y que según Romero (2017, p. 84), «nace de la simbiosis de una serie de peculiaridades muy precisas de la tradición del cómic nipón y del cómic franco-europeo». Ampliamente influenciados por la estética del cine francés de la llamada *Nouvelle Vague*, así como por el manga de autor de dibujantes consagrados en el medio nipón como Jiro Taniguchi, según Boilet la fuerza del manga japonés está pensada para contar buenas historias mientras que la *bande dessinée* se conoce por su estilo y diseño. Una fusión de ambos sería una historieta que abarcaría una audiencia más amplia. Heredero de esta corriente sería *Radiant* (2014) de Tony Valente, primer manga francés traducido al japonés.

En España no existe una denominación concreta para este tipo de obras, se han acuñado términos como el *mangañol* o el *iberomanga*. Comparando con la *nouvelle manga*, para Romero (2019) «Es precisamente en esta encrucijada entre “dos escuelas”, la franco-belga y la nipona, en donde el Iberomanga se desmarca de la propuesta del dibujante francés. De este modo, una de las principales diferencias entre la producción española y francesa se encuentra en que no existe un “cómic español” a la manera del franco-belga». A pesar de ello, autores como Ken Niimura y Studio Kôsen han conseguido entrar dentro de esta categoría.

Un caso curioso de interculturalidad en el cómic es el de Kenny Ruiz. Autor español que se forma entre Granada y Barcelona, tras completar su formación comenzó a trabajar para el mercado franco-belga. En 2018 fue invitado a publicar en la revista japonesa *Tezucomi*, dentro de un homenaje de varios autores españoles y europeos al 90 aniversario de Osamu Tezuka. Tres años después, comenzó a editar con *Tezuka Productions* la obra *Team Phoenix* en la ***Weekly Shônen Champion***.

Sobre esta obra, en una entrevista, Ruiz (2022) contesta a la pregunta de si para realizarla, ha dado un toque europeo o sigue el estilo manga japonés:

Intento que la narración sea realmente al estilo manga, pero no porque sea un estilo japonés, sino más bien porque creo que el manga es un lenguaje universal que habla a la mayoría de la gente hoy en día, especialmente a la nueva generación... Sin embargo, me resulta imposible no poner un poco de estilo europeo en mi creación porque está en mi ADN.

Casualmente Osamu Tezuka, considerado el Dios del manga, fue un autor fuertemente influenciado por la cultura occidental. Los viajes de ida y vuelta también ocurren en sentido contrario, dos autores de manga japonés se ven influenciados por corrientes del cómic europeo. El anteriormente mencionado Jiro Taniguchi cuyo estilo está influenciado por la historieta franco-belga y que con obras maestras como *Barrio lejano* o *El gourmet solitario*, cruzó la frontera de Japón para convertirse en el autor de manga que conoce más gente fuera del manga. Taiyo Matsumoto es otro *mangaka* entre cuyas influencias se encuentran artistas europeos como Moebius o el estadounidense Frank Miller en quien se inspira para el su uso del blanco y negro en su obra *Ping Pong*.

La experiencia multicultural Comix & Digital

En este proyecto, estudiantes de cuatro países muy diversos (Francia, Italia, España y Turquía), han convivido superando las fronteras sociales y del idioma. La experiencia ha mostrado cómo las barreras culturales y los sesgos se rompen cuando hay referentes visuales comunes compartidos; muchos de ellos procedentes de la cultura visual japonesa, otros de sus propias identidades. En Nápoles pudimos asistir a una *Comic Con* (convención donde se unen cómic oriental y occidental) y en Turquía participaron en un concurso de *Cosplay*. Incluso algunos de los personajes que pasean por las páginas de las historietas que han creado, respiran una estética nipona. Podría afirmarse que, en cierto modo, la *japonización* ha conseguido generar lazos de unión entre países. Algunos son más cercanos, otros lejanos, pero todos han compartido su identidad a través del lenguaje del cómic.



Figura 7: Pérez Contreras, T. (2022). Fotografías digitales.

Referencias

- ALMAZÁN, D. (2011), "Del japonismo al neojaponismo: evolución de la influencia japonesa en la cultura occidental", E. B. Báguena & V. D. A. Tomás, *Japón y el mundo actual*, Universidad de Zaragoza, 871-912.
- ALMAZÁN, D. (2013), "El grabado *ukiyo-e* como reflejo de los valores de la cultura japonesa", *Kokoro. Revista para la difusión de la cultura japonesa*, nº Extraordinario 1, 1-16.
- BAUMAN, Z. (2005), *Modernidad y ambivalencia*, Barcelona, Anthropos Editorial.
- BEFU, H., GUICHARD-ANGUIS, S. (2001), *Globalizing Japan: Ethnography of the Japanese Presence in Asia, Europe, and America*, London, Routledge.
- BEFU, H. (2003), "Globalization Theory from the bottom up: Japan's contribution", *Japanese Studies*, 23(1), 3-22, <https://doi.org/10.1080/10371390305353>
- BOUISSOU, J. (2011), "Une puissance sympathique? Illusions et potentialités du soft power en Asie", *Journal for International & Strategic Studies*, Spécial Japon, Ceris 4, 91-102.
- CASTELLS, M. (1997), *La Sociedad Red*, Madrid, Alianza Ed.
- EDSTROM, Bert (ed.) (1994), *Internationalization of Japan, Japanization of the World*. Report from a Seminar Arranged by the Swedish Embassy in Tokyo and the Center for Pacific Asia Studies, Stockholm, Center for Pacific Asia Studies.
- GANGITANO, C. [Chris] (2016), *Floating Pop*, <http://nipposuggestioni.blogspot.com.es/>
- GUTIERREZ, A. (2010), "Interpretaciones del manga y el anime japonés en nuestra sociedad; la performance en el Cosplay", E. B. & V. D. A. Tomás, *Japón y el mundo actual*, Universidad de Zaragoza, 1033-1050.
- MADRID, D., MARTÍNEZ, G. (2010), *El manga i l'animació japonesa*, Barcelona, Editorial UOC.

- McGRAY, D. [Douglas], (2002), "Japan's Gross National Cool", *Foreign Policy*, 130, 44-54. Slate Group, LLC, <https://doi.org/10.2307/3183487>
- NYE, J. (2010), "El poder blando y la política exterior americana", *Relaciones internacionales*, 14, 118.
- PELLITERI, M. (2004), "Mass trans-culture from East to West, and back", *The Japanese Journal of Animation Studies*, 5, 19-26,
http://www.scasss.uu.se/IIS2005/total_webb/tot_html/papers/mass_transculture.pdf
- RAFONI, B. (2004), "Représentation et interculturalité. Les nouvelles images du Japon", *Questionner l'internationalisation : Cultures, acteurs, organisations, machines*, actes du XIVe congrès national des sciences de l'information et de la communication, Université de Montpellier III / Société française des sciences de l'information et de la communication, 19-26, SFSIC.
- ROBERTSON, R. (1995), "Glocalization: Time-space and homogeneity-heterogeneity", M. Featherstone, S. Lash, R. Robertson (Eds.), *Global Modernities*, London, Sage Publications.
- ROMERO LEO, J. (2017), "La estética de la *Nouvelle Manga*. La reivindicación de lo cotidiano en la nueva novela gráfica franco-japonesa", *CuCo, Cuadernos de cómic*, 8, 83-101.
- ROMERO LEO, J. (2019), "Estética del iberomanga: confluencias entre España y Japón en el contexto del del cómic", *Actas del simposio conmemorativo 150 años de relaciones diplomáticas entre España y Japón. España y Japón en un mundo cambiante*, Universidad de Estudios Extranjeros de Kioto, Japón, 171-181.
- RUIZ, K. [Kenny], (2022), *Interview de Kenny Ruiz, auteur de Team Phoenix* / por Rhyscard. Actupop. <https://subbacultcha.net/2022/07/26/interview-de-kenny-ruiz-auteur-de-team-phoenix/>
- SAID, E. W. (2003), *Orientalismo*, DEBOLSILLO.
- SABRE, C. (2012), "Neojaponism And Pop Culture, New Japanese Exoticism In France", *The Development Of "Japan" In the West: Comparative Analysis*. Regioninés Studijos, Ed. KOMA, K., 6, 67-88. ISSN 2029-2074
- TOUTLEMONDE, F. (2012), *¡El manga no sólo es de Japón!* <https://www.nippon.com/es/views/b02201/>
- WATANABE, H. (2015), *Las raíces del primer "boom" cultural japonés: la era del japonismo*. <https://www.nippon.com/es/column/g00284/>

COMIX

and digital

