

Volume 49
Numéro 4
Octobre-Décembre 2003

Revue trimestrielle publiée par l'ASTED
 (Association pour l'avancement des sciences et des
 techniques de la documentation)

Envoi de PAP 09440
 (courrier 2^e classe)
 Avis de changement d'adresse
 Port de retour garanti

Documentation et bibliothèques
 3414, avenue du Parc, bureau 202
 Montréal (Québec) H2X 2H5
 Téléphone : (514) 281-5012
 Télécopieur : (514) 281-8219
 Internet : www.asted.org
 Courriel : info@asted.org

Abonnement : 47,00 \$ (Canada)
 + TPS (7%) + TVQ (7,5%)
 55,00 \$ CA (étranger)
 Le numéro : 12,00 \$ + TPS (7%) + TVQ (7,5%)
 15,00 \$ CA (étranger)

Directeur
 Gilles Deschatelets

Secrétaire de rédaction
 Isabelle Boin-Serveau

Comité de rédaction
 Gaston Bernier Gilles Gallichan
 Isabelle Bourgey Richard Greene
 Mireille Cliche Éric Leroux
 Lucie Dion James Turner
 Claude Fournier

Micro-édition
 Guy Verville

Traducteurs
 Edward Collister (anglais)
 Amérique Latine (espagnol)

Correctrice
 Claire Lafrenière

Publicitaire
 Colette Rivet
 Téléphone : (514) 738-6391
 Télécopieur : (514) 738-9826

Page couverture
 Conception graphique
 Photogravure Profilm inc.

Production
 ASTED

Les articles de *Documentation et bibliothèques* sont répertoriés dans *Canadian Periodical Index - Index des périodiques canadiens*, *Library Literature*, *Library and Information Science Abstracts*, *Point de repère*: index analytique de périodiques québécois et étrangers de langue française et *Bulletin signalétique*, section 101: Science de l'information, documentation.

Dépôt légal
 Bibliothèque nationale du Québec
 Bibliothèque nationale du Canada

Éditorial

Publier ou communiquer

Gilles Deschatelets 147

Une méthode pour l'évaluation des sites Web

Ginette Rouleau et James. M Turner 149

L'acquisition et la gestion des abonnements: privilégier l'éditeur ou l'agence?

Marthe Kheridi 161

PRIX PAUL-AIMÉ-MARTIN

Les grandes industries mondiales de la bande dessinée

Olivier Charbonneau 165

La qualité de l'information à l'exportation: une ressource stratégique pour les PME exportatrices

Charles Ramangalahy 169

Chronique

Les nouveaux modes de diffusion et l'accès aux publications savantes

Stevan Harnad et Brigitte Lévy 177

Comptes rendus

Les pratiques de lecture des adolescents québécois de Monique Lebrun.
Dictionnaire biographique des Évêques catholiques du Canada. Les diocèses catholiques canadiens des Églises latines et orientales et leurs évêques; repères chronologiques et biographiques, 1658-2002 de Jean LeBlanc.

183

Index annuel 2003

Gilles Deschatelets 187

Index des annonceurs 2003

Colette Rivet 191

Les articles paraissant dans *Documentation et bibliothèques* expriment l'opinion de leurs auteurs et ne représentent pas nécessairement celle de l'Association ou de la Rédaction. Il est permis de reproduire en tout ou en partie les articles, en mentionnant l'origine. De plus, un auteur conserve le droit de faire paraître, ailleurs et dans une autre langue, un article déjà publié dans la revue. Toutefois, la Direction apprécierait en être informée.

L'ASTED bénéficie d'une subvention du ministère de la Culture et des Communications du Québec.

Prix Paul-Aimé-Martin

Le prix Paul-Aimé-Martin a été créé en 1991 par l'ASTED, en collaboration avec les Services documentaires multimédia (SDM). Le but de ce prix est :

- de rendre hommage au révérend père Paul-Aimé Martin, CSC qui a poursuivi durant plus d'un demi-siècle une carrière entièrement consacrée à la promotion du livre, de la lecture et des bibliothèques. Fondateur et président-directeur général des Éditions Fides durant plusieurs décennies, il fut aussi un des fondateurs de l'École des bibliothécaires qui deviendra l'École de bibliothéconomie au moment où elle sera affiliée à l'Université de Montréal. Il sera aussi un des fondateurs de la première association francophone de bibliothécaires canadiens en 1944, l'Association canadienne des bibliothèques d'institutions (ACBI);
- et de signaler publiquement le travail de recherche d'un étudiant d'une école de bibliothéconomie canadienne.

Le lauréat, Olivier Charbonneau, diplômé de l'École de bibliothéconomie et des sciences de l'information, de l'Université de Montréal, a reçu une bourse de 500 \$ au Congrès 2003 de l'ASTED.

Les grandes industries mondiales de la bande dessinée

Olivier Charbonneau

Bibliothèque, Université Concordia
o.charbonneau@concordia.ca

Les trois plus grandes industries de bandes dessinées sont présentées pour brosser un portrait de la production. Le Japon est réellement une terre où les mangas règnent. Ces bandes dessinées japonaises comptent pour 40 % des ventes de livres et de magazines. L'Europe francophone, quant à elle, dispose d'une industrie des phylactères bien installée et jouit même d'une croissance qui fait l'envie des autres secteurs de l'édition. Les États-Unis ont su diversifier leur production en se distançant du cliché des comic books à super héros pour aller vers une production variée. L'auteur de cet article travaille à l'élaboration d'un essai beaucoup plus étoffé, traitant des bandes dessinées en bibliothèques. Par ailleurs, ce travail est dédié à la mémoire d'Albert Tabah, une inspiration pour les chercheurs explorant des sujets relativement marginaux.

The Large International Producers of Comic Strips

The three largest producers of comic strips are described as part of a general survey of the genre. The mangas, a Japanese comic strip collection, seem to rule supreme in Japan, accounting for 40 % of book and magazine sales. In French-speaking Europe, the comic book industry is well established and enjoys remarkable growth when compared to the other types of publishing. The Americans diversified their production, distancing themselves from the traditional superhero comic books. The author of this article is working on a detailed essay about comic strips in libraries. This work is dedicated to the memory of Albert Tabah, who inspired researchers to explore subjects on the fringe.

La gran industria mundial de las historietas

Se presentan las tres más grandes industrias de historietas para dar un panorama de la producción. Japón es realmente el reino de los mangas. Estas tiras cómicas japonesas representan el 40 % de las ventas de libros y revistas. Por su parte, la Europa de habla francesa dispone de una industria de filacterias bien establecida y goza de un crecimiento que es la envidia de otros sectores de la industria editorial. Estados Unidos supo diversificar su producción, distanciándose del cliché de los comic book con superhéroes para dirigirse a una producción variada. El autor de este artículo trabaja en la elaboración de un estudio más completo, que trata de las historietas en las bibliotecas. Este trabajo está dedicado a la memoria de Albert Tabah, una inspiración para los investigadores que exploran los temas relativamente marginales.

Le contexte historique des bandes dessinées est celui de la censure et de la fermeture d'esprit, spécifiquement en Amérique du Nord et en Europe. Au début des années 50, certains groupes américains dénigraient vertement les *comic books*. Une des premières monographies traitant du sujet les associaient au sadisme, à l'abus de drogues, au vol ainsi qu'au meurtre (Wertham 1954, 35). À la même époque, la France se dotait d'une Commission de surveillance et de contrôle des publications destinées à la jeunesse, particulièrement active envers les bandes dessinées jugées trop violentes ou trop érotiques (Groensteen 1999, 14).

Depuis, la perception générale semble avoir évolué positivement. La justification de la bande dessinée comme médium d'expression et de communication est ma-

nifeste par son immense popularité, son utilisation dans l'éducation ainsi que son étude dans la recherche sociologique. Nonostante ces deux derniers points, qui pourraient facilement illustrer l'importance de la bande dessinée, une exploration des grandes industries mondiales est requise afin de démystifier le monde des phylactères. Notre attention sera particulièrement retenue par la taille des industries et leurs principaux acteurs. Cet examen est particulièrement utile pour les professionnels du milieu documentaire qui désirent en comprendre les rouages.

D'un côté, les bandes dessinées au Japon comptent pour la majeure partie de la production de livres et de magazines dans ce pays et font partie du quotidien de toutes les strates de la société. Le monde occidental a commencé à s'inté-

resser au Japon et à ses *mangas* (bandes dessinées japonaises) au cours des années 80. D'ailleurs, celles-ci sont de plus en plus traduites et distribuées par les maisons d'édition américaines et européennes. D'un autre côté, le Québec, par sa localisation géographique, se trouve au carrefour de deux des trois plus grands marchés de la bande dessinée mondiale : l'Europe francophone et les États-Unis. Il est donc clair que les produits issus de ces industries ont une place importante sur les rayons des librairies québécoises.

Enfin, quelques chiffres illustrant le lectorat québécois de la bande dessinée seront exposés pour illustrer la situation locale. Je présenterai également mes orientations de recherche sur les initiatives bibliothéconomiques mondiales

visant à faciliter le rayonnement des collections de bandes dessinées à l'intérieur des bibliothèques publiques québécoises.

Le Japon

Les *mangas* sont produites en quantités impressionnantes et vont rejoindre pratiquement tous les publics. Très populaires, elles sont disponibles partout : dans les kiosques de journaux, les librairies et même dans des magasins spécialisés. Nous pouvons distinguer facilement ces œuvres par plusieurs traits particuliers, dont les grands yeux des personnages. La diversité des genres et des thèmes abordés ainsi que le graphisme et l'arrangement des planches permettent de différencier les *mangas* de la production des autres pays.

Quelques marchés spécifiques peuvent être identifiés. En ordre d'importance, nous pouvons parler des *shonen mangas* qui ciblent les garçons et les jeunes hommes, puis de *shojo mangas* dont les œuvres s'adressent aux filles et aux jeunes femmes. Nous pouvons regrouper le reste de la production qui rejoint plus spécifiquement une clientèle adulte. Cette dernière catégorie est très variée, comme, par exemple, des *mangas* dédiées exclusivement au *sushi* ou au *mah-jongg*, sorte de domino oriental (Johnson 1990, 392). L'humour, le rêve et l'amitié sont les thèmes favoris des publications destinées à la jeunesse, tandis que les plus âgés feuilletent volontiers des *mangas* dans lesquelles les histoires sont souvent traitées de manière violente et érotisée.

Comme dans le cas des autres industries, la production de *mangas* se caractérise aussi par une forme de centralisation. En tout, près de 60 éditeurs publient les magazines de *mangas* hebdomadaires, bi-hebdomadaires et mensuels, et 30 autres les BD de poche. Mais le marché se retrouve surtout entre les mains de 5 principaux éditeurs (78 % du marché) : Shueisha, Shogakukan (Shogakkan), Kodansha, Hakusensha et Futabasha. L'ampleur de leurs ventes et la stabilité qui en découle les avantagent par rapport à leurs compétiteurs de plus petites tailles.

En 1980, l'industrie des *mangas* se chiffrait à plus d'un milliard de dollars, ce qui représente 17 % de tous les livres publiés, 24 % des magazines mensuels et

Tableau 1 Distribution des ventes et de la production de livres en France selon la catégorie de livres en 1997

Catégorie	% Exemplaires vendus	% Titres produits
Scolaire	17,9	13,8
Scientifique et sciences humaines	7,7	20,9
Religion et ésotérisme	2,3	3,6
Encyclopédies et dictionnaires	2,4	1,0
Littérature et documents	29,5	25
Livres d'art	1,9	3,2
Jeunesse	18,6	14,4
Bandes dessinées	3,9	2,8
Pratique	14,8	13,1
Autres	1,0	2,2
TOTAL	100	100

Source : Ministère de la culture et de la communication. Page consultée le 5 avril 2002. Adresse URL : <http://www.culture.fr/culture/actualites/forum/livre-numerique/apercu.htm>

14 % des magazines hebdomadaires (Lent 1989, 230). Au cours de la même année, plus de 2 000 nouveaux *mangas* de poche étaient publiés. La production adressée aux garçons et jeunes hommes atteignait 3 millions de copies tandis que celle dédiée aux filles et aux jeunes femmes s'élevait à près d'un million de copies (Lent 1989, 231).

Outre les *mangas*, il est utile de rappeler l'ampleur des ventes des produits dérivés, comme les articles scolaires ou les jouets, dont la société nipponne est particulièrement friande.

Au début des années 90, les 10 séries les plus populaires ont eu une circulation de plus d'un million par semaine. En 1992, le marché des *mangas* représentait 23 % des recettes des ventes de magazines et de livres, soit 540 milliards de Yen (environ 5 milliards de dollars). En 1995, le volume de vente des *mangas* s'élevait à 40 % (Gravett 1997, 141).

Les Japonais lisent beaucoup malgré la présence de la télévision et les exemples précédents montrent clairement que les livres les plus populaires sont les *mangas*. Selon Cortazzi : « *One reason for this may be the amount of time that many Japanese have to spend commuting.* » (Cortazzi 1994, 187) Selon Lent, il peut y avoir plusieurs raisons à l'ampleur de ce phénomène :

« A shift from the print to the pictorial medium because of the influence of television, the need for escape in a highly pressu-

rized society, youthful rebellion against classic forms, the amount of money available to young people who often live with their parents until they marry, and the ease of reading of comics. » (Lent 1989, 231)

Schodt, quant à lui, croit que plusieurs facteurs sont à l'origine de l'intérêt des Japonais pour la lecture, dont leur calligraphie, la densité de la population, l'urbanisation massive, le manque d'espaces pour le jeu des enfants. À cela s'ajoute un système d'éducation exigeant qui fait en sorte que les étudiants ont besoin de s'échapper dans des univers fantastiques et faciles à lire (Schodt 1989, 231).

L'Europe francophone

Selon le site Internet du Ministère de la culture et de la communication français (Ministère de la culture et de la communication, page consultée le 5 avril 2002, adresse URL : <http://www.culture.fr/culture/actualites/forum/livre-numerique/apercu.htm>), l'industrie de l'édition de livres en France devance largement les industries cinématographiques et phonographiques et se retrouve au palmarès des industries culturelles en 1997. Cependant, la bande dessinée, souvent appelée « *le 9^e art* » dans le monde francophone, comptait pour seulement 3,9 % des ventes et 2,8 % de la production en ce qui a trait aux titres (tableau 1).

La contribution de la bande dessinée semble secondaire lorsqu'on la compare

aux autres types de documents, mais devient plus imposante lorsque l'on sait que la France se place au deuxième rang mondial du marché de la bande dessinée (Radio France, page consultée le 5 avril 2002, adresse URL: <http://www.radio-france.fr/chaines/info2000/actu/bd/angouleme.php>).

Une étude de marché réalisée en 2001 (Dynamique Commerciale, page consultée le 5 avril 2002, adresse URL: <http://www.dyn-com.com/dyncom81/marches/marches.htm>) a permis de chiffrer l'ampleur de l'industrie de la bande dessinée. Il semblerait que 30 millions d'albums aient été vendus sur le marché francophone international, ce qui représente environ 230 millions d'Euros de chiffres d'affaires (vente au grand public). La même année, en ce qui a trait aux parutions, les lecteurs ont pu avoir accès à 1 292 nouveautés, 406 rééditions, 146 illustrations, 46 essais pour un total de 1 890 titres.

Cette même étude constate une concentration au niveau de la production des bandes dessinées, même si elle demeure moins forte qu'aux États-Unis. Il y a environ 150 maisons d'édition françaises qui se spécialisent dans la production de ce type de documents, mais les 25 chefs de file se partagent 75 % de la production. Le Directeur général de la maison d'édition Dargaud, Claude de Saint Vincent, est cité dans l'étude et précise que « Dargaud couvre à elle seule 25 % du marché ».

Afin de donner une perspective appropriée à ces chiffres, il convient de parler de l'état de santé de l'industrie de l'édition en France. En effet, selon les commentaires de Serge Eyrolles, président du Syndicat national de l'édition (SNE) à *Livre Hebdo*:

« 1997 est une année à marquer dans les annales. [Il s'agit de] la plus mauvaise depuis six ans que je préside le SNE. Les ventes reculent, les retours augmentent, on assiste à une désaffection en librairie où les gens n'achètent pas. » (*Livre Hebdo*, juin 1997)

En termes de chiffres (*Regards*, page consultée le 5 avril 2002, adresse URL: <http://www.regards.fr/archives/1997/199709/199709cre02.html>), les ventes au détail de livres en France ont diminué d'environ 4 % à 5 % pour presque toutes les catégories de publications. Les seules

Tableau 2. Les plus gros vendeurs de *comic books* américains en 1997

Maison d'édition	% de part de marché	Titres
Marvel Comics http://www.marvel.com/	28,8	Spiderman, Hulk, Fantastic Four, X Men, Wolverine, Captain America
DC Comics http://www.dccomics.com/	24,0	Superman, Batman, Robin, Wonder Woman, The Flash
Image Comics http://www.imagecomics.com/	14,1	Savage Dragon, Tomb Raider, Witchblade
Dark Horse Comics http://www.darkhorse.com/	4,2	Buffy the Vampire Slayer, Star Wars, Hellboy, Yosagi Yojimbo

Source : Lavin 1998, 34.

exceptions sont les livres de poche et les bandes dessinées, qui bénéficient d'une augmentation des ventes de l'ordre de 8 % à 10 % (*Livre Hebdo*, mai 1997).

Les propos de Thierry Groensteen en charge du Centre national de la bande dessinée et de l'image (CNBDI), de 1988 à 2001, nous éclairent sur les motifs de l'accroissement de ces ventes :

« [il] y a un paradoxe de la bande dessinée française: bien que gouvernée par l'idéologie du marketing et de la diffusion de masse, elle s'est coupée de son assise populaire en privilégiant un support élitiste et coûteux: celui de l'album en couleurs, bien imprimé sur du beau papier, dans un grand format et sous une couverture cartonnée. En comparaison des fumetti italiens (qui sont des fascicules de gare), des *comic books* américains ou encore des mangas japonais — qui offrent 300 pages de lecture pour le prix d'une tasse de café — l'album « à la française » apparaît comme un produit de luxe et constitue une exception culturelle. De nombreuses enquêtes confirment que, dans notre pays, les lecteurs de bande dessinée jouissent généralement d'une certaine aisance financière et sont de gros consommateurs de biens culturels de toutes sortes. » (Groensteen, page consultée le 5 avril 2002, adresse URL: <http://www.mediadesk.com/fr/groensteen/sequence1/colparis.html>)>

Pour tout dire, l'industrie de la bande dessinée européenne francophone est en pleine expansion et marquée par une diversité qui peut rebuter le néophyte...

Les États-Unis

Les *comic books* connurent l'âge d'or dans les années 50 (Lavin 1998, 33). En 1954 seulement, un milliard de copies

furent vendues totalisant 650 titres. Les années subséquentes ont vu un déclin: les années 60 ne comptent qu'une production moyenne de 100 à 250 titres tandis qu'en 1979, l'industrie américaine accusa un nouveau recul avec une production de seulement 48 millions de copies. Ce déclin fut engendré par une perte d'intérêt des consommateurs américains envers des thèmes répétitifs.

Afin de séduire leur lectorat, les maisons d'édition américaines ont développé, au cours des années 80, deux nouvelles stratégies de vente. La première consistait à favoriser la distribution de leurs produits par l'entremise de points de vente spécialisés, les fameux *comic books stores*. Ce nouveau canal de distribution permettait d'atteindre parfaitement la clientèle désirée des jeunes hommes avides d'histoires fantastiques. Ensuite, ces véritables « temples culturels » ont favorisé la perception des *comic books* qui deviendront des collections dont la valeur augmentera avec le temps.

Aujourd'hui, la production annuelle compte environ entre 500 et 600 titres, mais les 100 titres les plus vendus représentent plus de la moitié des ventes (Lavin 1998, 34). Cette polarisation de l'industrie est manifeste puisque trois maisons d'édition dominaient près de 70 % des ventes de copies en 1997 (tableau 2). En ce qui concerne le lectorat, une étude étalée à la une du *New York Times* du 30 septembre 1987 indique que l'âge moyen des lecteurs des *comic books* aux États-Unis est de 20 ans.

Il est important de noter que le marché des *comic books* aux États-Unis ne se limite pas à la vente des publications. En effet, il existe un énorme marché parallèle de produits dérivés qui semblent dépasser les ventes des *comic books*. À

titre d'exemple, en 1989, Tim Burton a produit une adaptation cinématographique de *Batman*, un super héros de DC Comics avec un budget de 35 millions de dollars américains. Ce film a connu un succès incroyable et a généré plus de 413 millions de dollars américains de recettes à travers le monde, dont 250 millions aux États-Unis seulement (Internet Movie Database, page consultée le 3 avril 2002, <<http://us.imdb.com/Business?0096895>>). Cet exemple est un témoignage sans équivoque de l'importance des *comic books* dans la culture populaire américaine.

Tel que mentionné plus haut, les *comic books* à super héros, dits « traditionnels », ne représentent plus la réalité entière de la production américaine. Ces derniers peuvent être associés au marché dit « commercial », tandis qu'une panoplie de titres sont produits par des maisons d'édition plus petites, voire même par des auteurs indépendants. Ils exploitent à leur tour des thèmes plus personnels ou plus subtils (Johnson 1990, 384). Ces créateurs ont défini une nouvelle appellation pour se différencier des *comics books*: les *graphic novels* (Gravett 1997, 140 ou Johnson 1990, 384). Leur contenu est généralement plus long que les *comic books*, d'où l'utilisation de l'appellation *novels* (qui signifie romans). Encore ici, ce format se prête bien pour la manipulation en bibliothèque et permet d'explorer des thèmes plus approfondis et contemporains, donc plus pertinents pour un public adulte.

Vers l'avenir

Le portrait de la production de bandes dessinées des trois pays mentionnés dans ce texte est significatif, mais cet engouement se retrouve-t-il également au Québec ?

Si nous nous basons sur des sondages récents se rapportant aux habitudes de lecture des Québécois, la réponse est affirmative. En effet, il semblerait que la bande dessinée est le type de document le plus apprécié des enfants, puisque 80,1 % de ceux-ci prétendent en lire, suivi des romans pour la jeunesse avec 71,3 % (Dion 1999, D2). De plus, une étude similaire menée auprès de jeunes montréalais de 12 à 17 ans révèle que, lorsque les jeunes vont dans une librairie, 57 %

Tableau 3. Habitudes de lecture des Québécois en 2001

Catégorie	% Population
Romans	56,9
Guides pratiques	42,7
Biographies	40,8
Livres de croissance personnelle	33
Essais	30,2
Bandes dessinées	19,7
Théâtre et poésie	13,6

Source : Dion, 1999, D2.

des filles se dirigent vers les romans tandis que 32 % des garçons se précipitent sur les bandes dessinées (*La Presse* 2001, B1). Finalement, 19,7 % des lecteurs québécois adultes affirment lire des bandes dessinées régulièrement (Tableau 3).

La bande dessinée constitue donc un instrument de marketing hors pair pour les bibliothèques publiques québécoises. Ce type de lecture est un loisir agréable tout en étant éducatif et il agit comme outil d'attraction et de fidélisation pour leur communauté d'usagers.

Afin d'approfondir l'interaction entre les bandes dessinées et les bibliothèques, je propose d'aborder le sujet sur deux fronts. En premier lieu, je m'attarderai au traitement intellectuel effectué sur ces documents, particulièrement au catalogage ainsi que l'indexation et la classification. Il s'agira d'identifier les paramètres d'un système documentaire facilitant le repérage et l'exploration par sujet pour ces ouvrages de fiction.

Deuxièmement, je désire étudier les différentes offres de services proposées par des institutions spécialisées en bandes dessinées. Il existe plusieurs « bédéthèques » à travers le monde et elles agissent souvent comme des institutions phares, guidant leurs partenaires à travers la sélection, l'acquisition et l'élaboration d'outils promotionnels. Elles permettent également de structurer les industries locales de production et de diffusion de ce médium. Encore ici, cette exploration vise à augmenter la qualité des collections québécoises, au profit des usagers de nos institutions documentaires. ■

Sources consultées

Articles de périodiques

- Dion, Jean. 1999. Sondage l'ANEL/Le Devoir: Vous lisez? Qui êtes-vous? *Le Devoir* (13 novembre 1999): D2.
- Gravett, Paul. 1997. *Telling Tales Through Visuals. The Library Association Record* 99 (3) (mars 1997): 140-142.
- Groensteen, Thierry. 1999. 49-956 ou la démolition de la jeunesse. *9^e art* n° 4 (janvier 1999): 14-19.
- Johnson, Robin. 1990. *Comic Books for Grown-Ups: Introducing the Graphic Novel. Reference Librarian* n° 27/28: 379-396.
- Lavin, Michael R. 1998. *Comic Books and Libraries: Introduction. Serials Review*, 24 (1) (spring 1998): 35-36.
- Lavin, Michael R. 1998. *Comic Books and Graphic Novels for Libraries: What to buy. Serials Review* 24 (2) (summer 1998): 31-45.
- Serchay, David S. 1998. *Comic Book Collectors: The Serial Librarians of the Home. Serials Review* 24 (1) (spring 1998): 57-70.
- _____. 1997. Seule la bande dessinée échappe à la baisse générale des ventes. *Livres hebdo* n° 250 (23 mai 1997).
- _____. 1997. Je suis inquiet pour l'avenir. *Livres hebdo* n° 254 (20 juin 1997).
- _____. 2001. Oui, les ados lisent! *La Presse* (Dimanche 18 novembre 2001): B1.

Monographies

- Cortazzi, Hugh. 1994. *Modern Japan*. Ipswich: Ipswich Book Co. 242 p.
- Lent, John A. 1989. *Japanese Comics. In Handbook of Japanese Popular Culture*. Westport: Greenwood Press. xviii, 350 p.
- Schodt, Frederik. 1989. *Manga! Manga! The World of Japanese Comics. In Handbook of Japanese Popular Culture*. Westport: Greenwood Press. xviii, 350 p.
- Wertham, Frederic. 1954. *Seduction of the Innocent*. New York: Rinehart. x, 400 p.

Sites Internet

- Dynamique Commerciale. *Les bulles partent à l'assaut des linéaires*. Page consultée le 5 avril 2002. Adresse URL: <<http://www.dyn-com.com/dyncom81/marches/marches.htm>>.
- Les édits d'in-digest. *Débrief du 25^e Festival International de la Bande-Dessinée d'Angoulême, Alph'Arts 98*. Page consultée le 5 avril 2002. Adresse URL: <http://xaviermd.free.fr/indigest/edl_103.html>.
- Groensteen, Thierry. *La bande dessinée: entre production artisanale et diffusion de masse*. Page consultée le 5 avril 2002. Adresse URL: <<http://www.medialdesk.com/fr/groensteen/sequence1/colparis.html>>.
- Internet Movie Database. *Business Data for Batman (1989)*. Page consultée le 3 avril 2002. Adresse URL: <<http://us.imdb.com/Business?0096895>>.
- Ministère de la culture et de la communication française. *Bref aperçu de l'édition française*. Page consultée le 5 avril 2002. Adresse URL: <<http://www.culture.fr/culture/actualites/forum/livre-numerique/apercu.htm>>.
- Radio France. *France Info à Angoulême*. Page consultée le 5 avril 2002. Adresse URL: <<http://www.radio-france.fr/chaines/info2000/actu/bd/angouleme.php>>.
- Regards, mensuel communiste. *Rentrée romanesque à la tombée du jour*. Page consultée le 5 avril 2002. Adresse URL: <<http://www.regards.fr/archives/1997/199709/199709cre02.html>>.