

Sciences sociales du Japon contemporain II : Politiques dans le Japon contemporain (JAP5BO5C /44REO7JP)

Ce compte-rendu a été rédigé par un-e étudiant-e de master en études japonaises (Inalco/Paris Diderot) inscrit-e au séminaire.

Agnès Giard: 08 février 2018 **Love Doll: des femmes objets?** **Conformisme parodique et stratégies mâles au Japon**

Agnès Giard est une anthropologue, écrivaine et journaliste française, spécialiste des questions autour de la sexualité, mais aussi de l'art, du design et des nouvelles technologies. Elle a écrit plusieurs livres sur les représentations du désir, du rapport au corps et de l'amour dans le Japon. Agnès Giard est actuellement chercheuse associée à l'université Paris-Nanterre (Laboratoire Sophiapol, groupe de recherches sociologie, philosophie et anthropologie politiques).

Introduction

Le Japon dispose d'une production artisanale de "Love-Doll" 「ラブドール」. L'entreprise la plus renommée est Orient-Industrie 「オリエント工業」 lancée en 1977 par Tsuchiya Hideo.

Il est commun de catégoriser ces belles poupées-mannequins comme "infantiles", "immatures", "vulnérables", "puériles" ou encore "stupides"... Les possesseurs de Love-Doll quant à eux, s'auto-désignent comme des "Mochinui" 「もちぬい」, un équivalent de manager ou tuteur, mais ils sont vus comme immatures, non-virils, irresponsables, et dans l'auto-fétichisme.

Nombre de stéréotypes négatifs sont attachés aux poupées, qui seraient l'expression d'une envie de femme docile et soumise à la main de l'homme. Mais peut-on tout de même y voir autre chose que des potiches? Plutôt que de n'y voir que des exemples de misogynie et de paternalisme, et en pensant au-delà du conformisme, que peut-on apprendre sur la réalité japonaise au travers d'elles? En regardant de plus près la manière dont elles sont conçues et utilisées, que cela nous dit-il sur les transformations du Japon? Serait-il possible que ce formatage soit remis en question?

Contexte d'apparition et popularisation via internet

La première vague de popularité des Love-Doll, dans les années 1980, concerne les hommes célibataires, entre 50-70 ans. Mais ce mouvement a finalement peu de succès. Puis dans les années 1990, apparaissent les "Otaku". Cela coïncide avec le développement d'internet. Se dessine leur attirance pour certains types de jeunes femmes, douces et mignonnes, parfois qualifiées de "candy-girl" (fille-bonbon). Toute une culture se développe autour d'eux. Alors que les plus âgés y verraient le fantôme de leurs amours de jeunesse, certains plus jeunes sont cependant bien mariés, et ne cherchent pas dans les poupées des épouses, mais des compagnes.

Les poupées modernes sont appelées “Puchi” 「ぷち」, font environ en moyenne 130 cm, et le modèle le plus populaire est prénommée Alice 「アリス」. Plutôt que des mannequins adultes, ces simulacres 「面影」 ont des caractéristiques “néoténiques”, c’est à dire juvénile ou avant la majorité sexuelle. Cela semble conforter une certaine stratégie masculine pour conserver un sentiment de supériorité.

Culture de la mise à distance ?

Des critiques plus ou moins violentes sont adressées aux Otaku adeptes des Love-Doll. Ils sont considérés comme étant des inadaptés, avec des désirs non corrects. Stigmatisés et ostracisés, on les accuse de participer à la dénatalité qui touche le Japon.

Selon le psychanalyste, Saito Tamaki, on pourrait déconstruire leur sensibilité à partir d’échecs passés et d’un sentiment d’âme en peine. Ils auraient ressentis leurs premiers émois face à des dessins animés, inaccessibles, où ils seraient les amants de relations sans issues.

Pour Okada Toshio, producteur dans le studio d’animation Gainax, et Otaku affirmé, il décrit ce mouvement comme une réaction face à la vacuité de la vie et du quotidien, la réalisation d’un “futur perdu” 「失われた未来」. On retrouve ce rejet du réel et du quotidien dans l’attraction pour les jeux de simulation. L’impression d’impuissance et de virginité qu’ils renvoient est en fait pour eux synonyme de cœur pur, et de peu d’ambition néfaste 「ダメ志こ」.

Cependant, cette stérilité du désir, assimilable à de l’impuissance, ne serait en fait qu’un moyen de rendre les choses plus irréelles, plus proches du rêve, ils s’imaginent dans le monde du divertissement, mais ne sont pas déviants. Leur attirance pour les Love-Doll serait un miroir inversé des injonctions sociales poussant vers une société tournée vers des hommes forts et leur femme au foyer. Il y a une remise en cause des rôles de genre et une modification des rapports Femmes/Hommes, avec des femmes fatiguées de ceux qui jouent les machos, et des hommes réalisant la difficulté d’être dans un monde où ils seraient à présent être dans de moins bonnes situations, face à des femmes plus exigeantes. Les Love-Dolls ne remplacent pas des épouses, elles sont des objets d’affections permettant la construction d’une relation.

Alors leur stratégie est justement plutôt celle du refus, d’une régression vers l’époque de la transition sexuelle, de l’adolescence. Les Otakus s’assument comme pouvant être écrasés, mis hors-jeu, en rupture avec la société, et se tournent vers les poupées pour tenter de s’exorciser.

GS Airi : la poupée comme double

Depuis 2007, ce sont les modèles comme le Rx69 qui sont les plus populaires, réalisés à partir d’un moulage de vrai modèle, d’une hauteur de 162cm et avec de nombreux détails.

C’est aussi l’époque de l’essor des jeux vidéo érotiques 「エロゲ」 (EROTic-Game), où l’enjeu est de “capturer des jeunes filles” qui bien qu’”artificiel” 「人工少女」 deviennent le symbole d’une relation de personnes au cœur pur.

On imagine souvent, à cause des médias occidentaux, que les poupées sont des automates sexuelles, et qu’elles tendent à se robotiser comme des animatroniques¹. Mais au Japon il en est presque hors de question car cela détruirait leur charme qui réside bien dans leur faiblesse. Elles arrivent tout de même à créer de la présence sans cela et sont soumises à la main de leur maître. Les Otakus pallient à leurs problèmes personnels d’interaction, avec leur talent

¹ Les Otakus se qualifient eux-mêmes de non-pratiquants 「ひじせんしゃ」, mais on peut noter tout de même que les relations sexuelles avec les poupées sont possibles, mais le dispositif est assez fastidieux à mettre en place.

d'imagination permettant d'investir une âme et une personnalité aux poupées et de se créer un univers. Elles sont un "Imago" un refus du compromis avec le réel, un medium qui permet un effet d'hypnose que n'aurait pas les robots, et il n'y a pas de possibilité de confusion avec l'humain². L'espace entre humain/objet permet une projection mentale du propriétaire (certains allant jusqu'à tenir des blogs pour elles et parlant à leur place, préférant le travestissement à la pénétration). Mais cela est souvent censuré et mal-vue en Occident car on y fait différemment la différence entre fiction et réalité, on ne les considère pas comme des êtres.

Les modèles Airi アイリ sont dotées d'une Intelligence Artificielle (dont certaines avec des capteurs de voix comme Siri). Ce nom est un composé de AI - Amour 「愛」 et IRI - Faire rentrer 「入り」. Elles permettent de pourvoir une éducation, de les chérir, et de partager des moments drôles et complices avec elles, ainsi que de les former à la pratique de l'amour. Ce ne sont pas des sex-toys, mais des compagnes, des amis. Ce qui les rend attractives c'est la pureté du robot immature 「純」, leur ignorance est fantastique et augmente le pouvoir du possesseur. Ces machines pathétiques 「かわいそう」 sont à l'image des poupées au visage de fille demeurée 「バカそう」 ou dont le visage exprime la frayeur 「困り顔」.

De plus, pour les puristes, les meilleures poupées sont celles restant inachevées. Reçues en kit, ils les laissent légèrement incomplètes, car c'est le reflet de l'idée de ne pas avoir en entier et que rien n'est jamais parfait.

Conclusion

À l'heure actuelle, la production de Love-Doll au Japon est d'environ 1000 par an. Les marques les plus populaires sont "Abyss création" ou "Harmonie", dont le prix peut aller jusqu'à 13'000€ (sachant que la moyenne pour celles en silicone est de 6000€, et les plus simples en soft vinyle est 1500€).

La pop-culture otaku est de plus en plus acceptée et comprise. Ils appellent 「あゆばれ」 le fait de se révéler au monde comme possesseur de Love-Doll, et dans certaines situations, quand ils sortent avec leurs poupées (au restaurant par exemple) ils reçoivent la compréhension tacite de certain. Ils n'hésitent pas non plus à les mettre en scène dans de belles photographies (comme SAKI Tan).

Bien qu'en apparence, ils confirment la justesse de certains préjugés, le quotidien des Otakus est parfois dur, car ils évoluent dans une culture du stigmatisme de la différence, leurs comportements sont un défi face à la société et ils commettent un véritable suicide social. Mais la manière dont ils se comportent (en opposition au reste de la société) est une conséquence structurelle des problèmes sociaux et des jugements qu'ils endurent. Ils persistent dans leur échec, comme une stratégie, renversent volontairement les perspectives, parodient le réel malgré leur désespoir et renvoient en miroir les vicissitudes du monde qui les entoure. Ils ne sont pas simplement spectateurs et voyeurs des poupées au travers de leur regard masculin ("male gaze"), mais ils investissent plutôt la situation, avec ironie, de tout leur être. Leur usage est la matérialisation grandeur nature du signal d'un désajustement humain, une marque d'inadéquation, une incapacité à être heureux les poussant à ces simulacres amoureux, et une contradiction des corps.

² Les poupées sont volontairement légèrement irréelles, car comme l'a théorisé le chercheur Masahiro Mori, quand les poupées ou robots tentent d'être trop ressemblants sans y parvenir, elles ont un air qui rend mal à l'aise (ce qu'il appelle "Uncanny Valley" la vallée dérangement).

Bibliographie

Agnès Giard, *Un désir d'humain, les « love doll » au Japon*, Les Belles Lettres, collection « Japon », Paris, 2016.

Agnès Giard, « *Love doll* », *Persona, étrangeté humaine* sous la direction d'E.Grimaud, A-C. Taylor, D. Vidal, T. Dufresne. Catalogue de l'exposition «*Persona* » au musée du quai Branly», Actes sud, Quai Branly, Paris, 2016.