



**HAL**  
open science

# Des duplicatas de mineures vendues comme "poupées d'amour": malaise dans la représentation sexuelle

Agnès Giard

► **To cite this version:**

Agnès Giard. Des duplicatas de mineures vendues comme "poupées d'amour": malaise dans la représentation sexuelle. Hybrid. Revue des arts et médiations humaines, 2017, Malaise dans la représentation, 4. hal-01638640

**HAL Id: hal-01638640**

**<https://hal.parisnanterre.fr/hal-01638640>**

Submitted on 20 Oct 2021

**HAL** is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.



revue des arts  
et médiations humaines  
Journal of Arts  
and Human Mediations

## Revue *Hybrid*, n° 4

### « Malaise dans la représentation »

#### Des *duplicata* de mineures vendues comme « poupée d'amour » : malaise dans la représentation sexuelle

Agnès Giard

Agnès Giard est chercheuse associée à l'Université de Paris-Ouest, au laboratoire Sophiapol (EA 3932) et travaille au sein du GDR Lasco, consacré à la socio-anthropologie des comportements sexuels. Docteure en anthropologie, elle a participé aux expositions *Persona, étrangeté humaine* (Quai Branly) et *Miroirs du désir* (Musée Guimet). Elle est l'auteur d'*Un désir d'humain. Les love doll au Japon* (Les Belles Lettres, 2016) et de plusieurs ouvrages consacrés à l'amour et à la sexualité au Japon, dont certains sont traduits en japonais. Ses recherches portent sur les relations humain-objet et sur les pratiques contemporaines japonaises qui consistent à donner vie aux poupées suivant des procédés très proches de ceux qui appartiennent au double registre du jeu d'illusion et du rituel d'invocation.

En janvier 2016, une « grand-mère » lance un appel à pétition demandant que soit mis fin à la vente des poupées sexuelles enfantines, présentées comme des « soutiens pour pédophiles ». Les médias s'interrogent : est-il souhaitable d'instaurer le *thoughtcrime* en délit ? Ne serait-ce pas prendre une représentation pour une réalité ? La pétition désigne un coupable : Takagi Shin, créateur de la firme Trotlla. Il fait partie des principaux fabricants au Japon de *love dolls*, conçues pour servir de partenaires sexuelles et/ou sentimentales. Les plus populaires d'entre elles se présentent sous la forme de jeunes filles immatures. Quel sens les concepteurs et les propriétaires de poupées donnent-ils à ces représentations de fantasmes illicites ? En étudiant la façon dont les *love dolls* sont fabriquées puis appropriées, j'essaie dans cette contribution de dégager la logique propre à ce phénomène.

Mise en ligne : 21 décembre 2017

## Texte intégral (format PDF)

### « Les poupées sexuelles enfantines ne sont pas des jouets »

Le 30 janvier 2013, des agents de service frontalier au Canada interceptent un colis expédié depuis le Japon contenant une poupée sexuelle à l'apparence prépubère, vêtue d'un uniforme scolaire<sup>1</sup>. Le commanditaire, Kenneth Harrison, 47 ans, est arrêté pour possession de pornographie infantine<sup>2</sup>. Un cas similaire est rapporté par la presse en Australie : cette fois, il s'agit d'une poupée sexuelle en provenance de Chine, livrée avec un vagin extractible. Trois ans plus tard, alors que le procès de Kenneth Harrison commence, une Australienne qui se présente elle-même comme une « grand-mère », Melissa Evans, lance une pétition sur le site Change.org<sup>3</sup>, intitulée « Child Sex Dolls Are not a Game », pour faire interdire « l'importation des poupées sexuelles enfantines en Australie. L'idéal étant que la production et la vente de ces nauséux “soutiens pour pédophiles” cessent globalement d'exister ».

Melissa Evans illustre son propos d'une photo prise sur le site d'un fabricant japonais de « child sex dolls » qu'elle accuse, nommément, d'encourager la pédophilie : Takagi Shin, créateur de la firme Trotla (fig. 1), se retrouve sous le feu des projecteurs. En trois mois, plus de 55 000 signatures sont réunies, accompagnées de commentaires virulents. De nombreux journalistes anglo-saxons s'interrogent : faut-il mettre en prison les propriétaires de poupées sexuelles ayant l'air de mineures<sup>4</sup> ? Pourquoi rendre criminel un acte qui ne porte pas directement préjudice à des personnes humaines ?

L'argument de Melissa Evans est le suivant : les poupées sont faites pour avoir l'air vivant, par conséquent leur usage normalise le comportement pédophile. Cet argument fait mouche auprès des signataires qui, pour la plupart, le reprennent : « Cela favorise le comportement, le banalise, le justifie » ; « cela fait apparaître

---

1 « Sex doll seized in St. John's child porn investigation », *CBC News*, 13 mars 2013. [En ligne] <http://www.cbc.ca/news/canada/newfoundland-labrador/sex-doll-seized-in-st-john-s-child-porn-investigation-1.1347554> [consulté le 3 février 2016].

2 Au Canada, suivant l'article S. 163.1 du Code criminel, les représentations explicites d'enfants sont illégales, qu'il s'agisse de personnages en pixels ou en uréthane.

3 Cette pétition, lancée en janvier 2016 par une certaine Melissa Evans, adressée au Premier ministre du Queensland (Annastacia Palaszczuk) est toujours en ligne à la même adresse, mais à l'initiative maintenant d'une obscure association australienne (*Fighters Against Child Abuse Australia*) qui demande des dons. [En ligne] <https://www.change.org/p/annastacia-palaszczuk-child-sex-dolls-are-not-a-game> [consulté le 6 avril puis le 9 septembre 2016].

4 Kristen V. Brown, « Should this man go to prison for buying a child sex doll ? », *Fusion*, 1<sup>er</sup> février 2016. [En ligne] <http://fusion.net/story/262195/child-sex-doll-legality/> [consulté le 9 septembre 2016] ; Dorian Geiger, « Newfoundland's Child Sex Doll Trial Raises Uncomfortable Question About Pedophilia and the Law », *Vice*, 25 février 2016. [En ligne] [http://www.vice.com/en\\_ca/read/newfoundlands-child-sex-doll-trial-raises-uncomfortable-questions-about-pedophilia-and-the-law](http://www.vice.com/en_ca/read/newfoundlands-child-sex-doll-trial-raises-uncomfortable-questions-about-pedophilia-and-the-law) [consulté le 9 septembre 2016] ; Cecilia D'Anastasio, « Can Virtual Sex Prevent Pedophiles from Harming Children In Real Life », *Vice Magazine*, 14 janvier 2016. [En ligne] [https://broadly.vice.com/en\\_us/article/can-virtual-sex-prevent-pedophiles-from-harming-children-in-real-life](https://broadly.vice.com/en_us/article/can-virtual-sex-prevent-pedophiles-from-harming-children-in-real-life) [consulté le 9 septembre 2016] ; Martin Knelman, « I, Pedophile dares to empathize », *The Star*, 9 mars 2016. [En ligne] <https://www.thestar.com/entertainment/television/2016/03/09/i-pedophile-dares-to-empathize-knelman.html> [consulté le 9 septembre 2016].

ces actes dégoûtants comme des choses normales » ; « cela fait admettre et accepter la pédophilie »<sup>5</sup>.

Interrogé par un envoyé spécial de la revue *The Atlantic*<sup>6</sup>, Takagi Shin se défend, avec maladresse :

J'aide les gens à réaliser leurs désirs légalement et éthiquement. Je reçois souvent des lettres de mes clients. Les lettres disent « Grâce à vos poupées, je ne passe pas aux actes ».

Le point de vue de Takagi n'est validé par aucune étude scientifique, ce qui encourage ses détracteurs à citer des contre-avis d'« experts » qui prennent le fabricant japonais au piège d'une rhétorique médicale, ancrée dans un système de valeur à visée universaliste. Lorsque Takagi (fig. 2) accepte de répondre aux questions des journalistes occidentaux – bâtissant son argumentation sur le modèle discursif de ses adversaires, celui du diagnostic/traitement –, il justifie en effet la pertinence des accusations qu'il veut réfuter et se met en devoir de légitimer un désir « monstrueux ». Ce faisant, il admet implicitement une idée dont j'aimerais ici remettre en cause le bien-fondé : l'idée selon laquelle l'attirance sexuelle pour des représentations d'enfant serait forcément indexée sur un trouble mental ou une « compulsion », ainsi que le définit le DSM-5<sup>7</sup>.

Il y a des désordres propres aux pays riches modernes, nés « des tensions inhérentes à la vie sociale<sup>8</sup> », et dont les manifestations relèvent d'un script<sup>9</sup> collectivement élaboré en réponse aux pressions exercées sur les individus<sup>10</sup>. Ces désordres s'expriment dans un code culturel spécifique et ne peuvent donc être abordés que si l'on prend en compte le contexte dans lequel ils apparaissent.

Pour comprendre ce phénomène que représente au Japon le goût marqué pour les images érotiques d'enfants, j'aimerais le replacer dans le cadre historique qui voit émerger les premières poupées sexuelles ayant une apparence de mineure. Ces poupées sont appelées *love dolls* (*rabu dōru*<sup>11</sup>). Mon premier contact avec ces objets date de 2004. La recherche que je leur consacre – dans le cadre d'une thèse en anthropologie – tire son origine d'une enquête pour un ouvrage grand public (*L'Imaginaire érotique au Japon*) qui m'amène à rencontrer les acteurs-clés du mouvement : le plus grand collectionneur de poupées au Japon (Taabō), le créateur du musée des *love dolls* (Sakai Mitsugi), l'inventeur des *love dolls* qui tiennent debout (Kodama Nobuyuki), etc. Au fil de fréquents séjours au Japon, couplés à un travail de veille sur Internet, j'observe l'évolution des modèles de

---

5 Commentaires publiés dans les *Top Comments* du site <https://www.change.org/p/annastacia-palaszczuk-child-sex-dolls-are-not-a-game> [consulté le 9 septembre 2016].

6 Roc Morin, « Can Child Dolls Keep Pedophiles from Offending? », *The Atlantic*, 11 janvier 2016. [En ligne] <http://www.theatlantic.com/health/archive/2016/01/can-child-dolls-keep-pedophiles-from-offending/423324/> [consulté le 9 septembre 2016].

7 *Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders*, publié par l'APA (Association psychiatrique américaine).

8 Maïa Fansten et Nadia Garnoussi, « Nouveaux troubles et pathologies émergentes à l'ère de la santé totale et de la modernité réflexive », *Socio-logos*, n° 9, 2014. [En ligne] <http://socio-logos.revues.org/2820> [consulté le 9 septembre 2016].

9 John Gagnon, *Les Scripts de la sexualité. Essais sur les origines culturelles du désir* [1973-2004], trad. Marie-Hélène Bourcier, Paris, Payot, 2008.

10 Nicole Aubert et Vincent de Gaulejac, *Le Coût de l'excellence*, Paris, Seuil, 2007.

11 En japonais, la locution *rabu dōru* (de l'anglais *love doll*) s'utilise telle quelle au singulier comme au pluriel car elle relève du *wasei eigo* (anglais fait au Japon) : c'est une transcription phonétique des mots anglais utilisés suivant les règles de la grammaire japonaise. Par commodité, j'utiliserai cependant les règles de grammaire occidentales : *love doll* sera transcrit *love dolls* au pluriel.

poupées dont les catalogues papier ou en ligne documentent les innovations. Entre 2012 et 2013, j'ai ensuite entamé un travail de recherche doctorale, étalé sur six mois, qui se déroulait principalement sur le terrain de la production : la firme leader Orient Industry, qui produit environ trente *love dolls* par mois, m'a ouvert les portes de son usine, située en banlieue de Tōkyō. Je m'y rendais chaque jour aux heures de travail, comme membre à part entière de l'équipe à laquelle j'ai été intégrée en tant que chercheuse. Par ailleurs, j'ai obtenu des rendez-vous avec les créateurs des principales firmes concurrentes – Ōkawa Hiroo (4Woods), Sugawara Fumitaka (Level-D), Takagi Shin (Trotla) et Natori Sachio (Photogenic doll) – afin de visiter leurs lieux de travail et de les interroger, avec l'objectif de comprendre les conditions qui président à la « mise au monde » des poupées comme êtres conscients, aimants. Les matériaux de mon enquête proviennent à la fois de séances d'observation en usine et d'entretiens semi-directifs (méthode récits de vie), suivis d'échanges par email poursuivis jusqu'en 2017. J'ai également rencontré deux utilisateurs (Nishimaki Tōru et Hyōdo Yoshitaka), réalisant avec eux des entretiens de type biographique effectués dans une perspective compréhensive laissant une liberté de parole importante. Durant l'année 2014, je me suis consacrée au dépouillement de cette manne documentaire que constituent les blogs d'utilisateurs mais aussi des articles de presse, des plaquettes promotionnelles et des documentaires télévisés. En 2016, j'ai interrogé les responsables commerciaux de deux firmes spécialisées dans les *sextoys* qui exploitent le fantasme de la mineure : Kimura Takuya (Tamatoys), Yoshioka Daiki (Rends).

Mes données – des brochures commerciales, des publications dans la presse, des sites créés par les utilisateurs et une cinquantaine d'entretiens – sont représentatives d'une culture « flottante », résultant de constantes dynamiques d'ajustement entre les différentes forces en présence : les producteurs, les clients et les médias. J'ai retenu ici les images mobilisées de façon similaire par ces acteurs pluriels, en concentrant mon attention sur la logique de discours qui, à la croisée de l'offre et de la demande, ne cessent de redessiner les contours d'un imaginaire commun par le biais duquel des individus négocient leurs identités. Il s'avère que la poupée – dont l'usage est fortement réprouvé au Japon – fait l'objet de stratégies complexes visant à transformer la honte qu'elle représente en source de fierté.

Aussi scandaleuses qu'elles puissent paraître, les *love dolls* sont indissociables d'un mouvement de participation positif à ce que les personnes concernées désignent comme un « idéal<sup>12</sup> ». Cet idéal est celui d'« un amour tel qu'il ne peut en exister dans la réalité<sup>13</sup> ». Il est porté par une frange d'abord marginale de la société japonaise qui revendique l'appellation stigmatisante d'*otaku*, un terme synonyme de *nerd* : « les *otaku* sont des experts en univers virtuels. Leur mot préféré est *mōsō*, « illusion »<sup>14</sup> ». C'est ce mot-là – généralement accolé à *sōzō* (« imagination ») – qui donne sens à l'imagerie déviante dont les *otaku* sont friands : « ils ne veulent pas de la réalité. Ils veulent une illusion<sup>15</sup> ». Dans la

---

12 Entretien avec Ōkawa Hiroo, 15 août 2013.

13 Entretien par courriel avec Sakai Mitsugi, le 28 septembre 2004. Cf. Agnès Giard, *Un désir d'humain*, Paris, Les Belles lettres, 2016, p. 213-214.

14 Entretien avec Kimura Takuya, le 7 septembre 2016.

15 Entretien avec Yoshioka Daiki, le 7 septembre 2016, confirmant les propos récurrents de Tsuchiya Hideo (créateur d'Orient Industry) – « La *love doll* est faite pour offrir une illusion »

réalité, les petites filles de 11 ans ne sont pas des partenaires sexuelles ni sentimentales. Il importe que les poupées soient donc en apparence jeunes, très jeunes, afin que la relation prenne un caractère parfaitement irréel car « c'est cela dont les clients veulent : quelque chose qui leur échappera à jamais » (fig. 3).

Je partirai de cette notion d'impossible dans la deuxième partie de ma démonstration : si les poupées sexuelles qui se vendent le plus au Japon ont les traits ambigus de petites filles, c'est en vertu d'une équation posée par les *otaku* entre l'enfance et le non-être<sup>16</sup>. Plus un être est jeune, moins il existe. Plus il s'offre comme une surface vacante. La poupée doit être vierge comme une cire où inscrire ses rêves. Mais ces rêves-là ne débouchent sur aucun projet de vie légitime en termes de reconnaissance sociale, car il n'y a pas d'avenir possible avec une poupée. Pas dans ce monde-ci en tout cas. L'échec programmé de la relation fait d'ailleurs partie d'un dispositif rhétorique savamment orchestré autour des notions de pureté et d'innocence. Loin d'être anecdotique, l'extrême jeunesse de la poupée constitue donc l'élément-clé du pouvoir que ses propriétaires lui attribuent. Raison pour laquelle, ainsi que j'espère le montrer, il serait inadéquat d'analyser ce phénomène comme un symptôme morbide (une épidémie de pédophilie ?) et plutôt recommandé de l'envisager comme la conséquence structurelle d'un bouleversement social, le nécessaire ajustement d'une frange de la population à des injonctions aussi irréalistes, finalement, que ces poupées qu'ils prétendent aimer « d'un cœur pur ».

## Un produit « irréel » pour *otaku* : l'enfance comme miroir de l'inachèvement

L'attrait pour des représentations de mineures, baptisé *lolicon* (*rorikon*) ou « complexe de la lolita », coïncide au Japon avec l'émergence des *otaku*<sup>17</sup>. Le mot *otaku* (« chez soi »), qui apparaît en 1983 sous la plume de Nakamori Akio, un journaliste de la revue *Manga burikko*, désigne des jeunes hommes socialement inadaptés, enfermés dans un monde imaginaire, incapables de se confronter à de vraies femmes<sup>18</sup>. Mais le terme, dans les années 1990, devient progressivement associé à l'idée d'une « culture jeune », incluant aussi des femmes :

Dans les années 1980, les *otaku* étaient considérés de façon très péjorative comme des introvertis calfeutrés, isolés, cultivant leurs fantasmes à l'abri du monde réel. [...] Dans le contexte d'une société en pleine mutation, celui des années 1990, la population des *otaku* a acquis son droit à l'existence et trouvé une place légitime au Japon grâce, d'une part, au succès international de l'industrie de l'animation et, de façon plus significative, à la popularisation du virtuel dans la vie de tous les jours<sup>19</sup>.

---

– et d'innombrables sites de propriétaires de poupées. Cf. Agnès Giard, *Un désir d'humain*, Paris, Les Belles lettres, 2016, p. 131-133.

16 Yoshiaru Iijima, « Folk Culture and the Liminality of Children », *Current Anthropology*, vol. 28, n° 4, Chicago, The University of Chicago Press on behalf of Wenner-Gren Foundation for Anthropological Research, 1987, p. 42 ; Mary Knighton, « Down the Rabbit Hole: In Pursuit of Shōjo Alices, From Lewis Carroll to Kanai Mieko », *U.S.-Japan Women's Journal*, n° 40, 2011, p. 49-89.

17 Patrick Galbraith, « Lolicon: The Reality of "Virtual Child Pornography" in Japan », *Image & Narrative*, vol. 12, n° 1, 2011, p. 104-105.

18 Sharon Kinsella, *Adult Manga: Culture and Power in Contemporary Japanese Society*, Honolulu, University of Hawaii Press, 2000, p. 11.

19 Iida Yumiko, « Between the Technique of Living an Endless Routine and the Madness of Absolute Degree Zero », *Positions: east asia cultures critique*, vol. 8, n° 2, 2000, p. 428.

Le stigmate, cependant, frappe toujours ces individus qui – refusant de reproduire l’ordre social – affirment préférer des « vierges synthétiques » (*jinzō otome*) aux « femmes de chair crue » (*namami no josei*). Ils veulent jouer<sup>20</sup>, disent-ils. Sous entendu : jouer plutôt qu’imiter leurs parents en fondant un foyer.

C’est sous leur influence que le premier fabricant de *love dolls*, Tsuchiya Hideo – créateur de la firme pionnière Orient Industry – lance en 2001 un modèle inédit correspondant à l’esthétique manga (corps schématisé, biomorphe enfantin) qui mesure seulement 140 centimètres, soit la taille d’une enfant de 11 ans<sup>21</sup>. Il y a rupture de stock. Le succès de ce modèle est tel qu’il génère l’apparition d’une dizaine de compagnies concurrentes. Jusqu’ici, les *love dolls* présentaient l’aspect austère de mannequins de mode et les commandes ne dépassaient pas le chiffre de 150 par an. Avec l’apparition des poupées néoténiques – présentées comme la matérialisation « dans notre monde en 3D » d’un personnage de jeu vidéo ou de dessin animé –, il s’en vend jusqu’à 3 000 par an. Quoique très relatif (c’est un marché de niche), le « boom de la poupée<sup>22</sup> » devient emblématique du phénomène *otaku* et de ce que le sociologue Itō Kimio nomme la « culture de la mise à distance<sup>23</sup> » : celle des partenaires fictifs dont on ne peut jouir qu’en rêve... Qu’elles soient de silicone ou de silicium, les idoles des *otaku* n’existent qu’à la condition d’être paramétrées, ou plutôt transfusées ainsi que les propriétaires l’indiquent : « Il faut verser en elles le sang du cœur. » Tout l’intérêt du jeu vient de là, semble-t-il : les *otaku* trouvent plus de plaisir à s’approprier un objet qu’à le consommer<sup>24</sup>. Ce travail de personnalisation revêt une importance telle qu’ils préfèrent bien souvent acheter un objet en kit qu’une maquette toute faite. « Dans le milieu, ce qui se vend le plus c’est ce qui est incomplet », confirme Kodama Nobuyuki, ingénieur à Orient Industry :

Ce qu’on ne peut pas avoir en entier, pas facilement, ce qui n’est pas gagné d’avance, ce qui possède des zones d’ombre, ça nous attire. Plus il y a des choses qui manquent, plus on fantasme dessus.

Dans un article consacré aux personnages japonais (*kyarakutā*), Anne Allison souligne de même l’importance de ces entités qui « prennent la place, dans

---

20 Cf. « *Otto ha “Fūfuseikatsu yori ningyō”, tsuini tsuma ha...* » (L’homme dit préférer « Le jeu de la poupée à la vie conjugale » et la femme au final...), *Yomiuri shinbun*, 8 septembre 2015. [En ligne] [https://yomidr.yomiuri.co.jp/article/20150908-OYTEW55179/?from=dyartcl\\_outbrain1](https://yomidr.yomiuri.co.jp/article/20150908-OYTEW55179/?from=dyartcl_outbrain1) [consulté le 11 septembre 2016] ; Kasia Cwiertka et Ivo Smits, *How Cuteness Dominates Japanese Culture*, Universiteit Leiden, 2012 <http://news.leiden.edu/news-2012/how-cuteness-dominates-japanese-culture.html> [consulté le 7 mars 2017] ; Timothy J. Craig, *Japan Pop!: Inside the World of Japanese Popular Culture*, Oxford, Routledge, 2000, p. 292-293 et 313.

21 Les tailles japonaises correspondent à la grille suivante, qui peut varier légèrement : 90 cm 1-2 ans / 100 cm 3-4 ans / 110 cm 5-6 ans / 120 cm 7-8 ans / 130 cm 9-10 ans / 140 cm 11-12 ans. Source : [en ligne] <http://matome.naver.jp/odai/2140833739409102201> [consulté le 10 septembre 2016].

22 Cf. le documentaire *Rabu dōru shi* (Histoire des *love dolls*), réalisé dans le cadre de la série *Jōji Bottoman no heisei shi* (Heisei par George Botman) diffusé sur TV Tōkyō, le 17 décembre 2011.

23 Bryan Lewis, « *Cool Japan* » and the Commodification of Cute : *Selling Japanese National Identity and International Image*, Bangkok, Chulalongkorn University, 2015, p. 11-12.

24 Cette propension à se réapproprier des produits prend deux formes : la customisation (des figurines, par exemple) et la transposition (sous forme de *fan-fictions* ou *dōjinshi*). Cf. Fan-Yi Lam, « Comic Market: How the World’s Biggest Amateur Comic Fair Shaped Japanese Dōjinshi Culture », *Mechademia*, vol. 5, 2010, p. 232-248 ; Patrick Galbraith, « Akihabara: Conditioning a Public “Otaku” Image », *Mechademia*, vol. 5, 2010, p. 210-230.

l'imaginaire, des lacunes et des manques<sup>25</sup> ». Les héros ambigus, les idoles immatures, les starlettes amatrices et les objets inachevés, tout particulièrement les poupées, font partie des « produits » les plus populaires au Japon, pour cette raison qu'ils ne sont pas finis. Quoi de moins fini, justement, qu'une enfant ? Son corps en mue et son esprit en jachère l'apparentent aux objets qui restent à faire, par là même si séduisants. Une enfant, ainsi que le soulignent volontiers les utilisateurs, possède ceci de plus qu'une vraie femme qu'« elle ne parle pas<sup>26</sup> ». Ils citent de mémoire Shibusawa Tatsuhiko, qui défend, en 1972, l'idée selon laquelle la « jeune fille » (*shōjo*) est éminemment érotique (fig. 4) :

Parce qu'à la fois socialement et sexuellement elle est stupide, parce qu'elle est innocente et parce qu'elle est, comme les petits oiseaux et les chiens, un objet pur incapable de parler de sa propre initiative, elle symbolise la créature dont on peut faire un jouet<sup>27</sup>.

De façon très révélatrice, les premières poupées impubères vendues sur le marché japonais, par Orient Industry, portent le nom d'Alice et Mayū (« cocon »), par allusion à cette phase durant laquelle l'individu fait sa transition. Ces poupées à l'aspect enfantin ont un succès tel que la firme ne cesse, depuis 15 ans, de lancer de nouveaux modèles sous les mêmes noms, systématiquement disponibles en deux versions – yeux ouverts et yeux fermés – car les clients « aiment l'idée d'acheter une jeune fille qui dort », explique Kodama, « comme la Belle au bois dormant » protégée par le sommeil des réalités du monde adulte.

L'enfance, pour les propriétaires de ces poupées iconiques, est synonyme d'inconscience ou de son équivalent : la bêtise. Le *design* des poupées dérange : leur corps reste ébauché, et leur visage exprime une forme d'absence mêlée d'hébétéude. À Orient Industry, les têtes des poupées modelées sur un biomorphe enfantin (grand front, petit menton) présentent ceci de particulier que l'écartement des yeux est supérieur à la normale, symptôme associé à la trisomie 21. La poupée semble atteinte de déficience mentale, ce qui aggrave son allure d'être irresponsable.

Quand je demande la raison de tous ces traits particuliers données aux poupées à Tsuchiya Hideo, celui-ci explique :

Chacune d'elles est ma fille [*musume*]. Lorsqu'une poupée quitte mon entreprise, c'est comme si je la confiais à quelqu'un afin qu'il prenne soin d'elle.

Il utilise parfois le terme « enfant mis en nourrice » (*satogo*) pour insister sur l'idée selon laquelle les poupées ne sont pas vendues mais « confiées » aux bons soins d'un homme aimant qui pourrait être son père et qui souvent la rebaptise<sup>28</sup>. Passant de l'autorité de son père « biologique » à celle du « père donneur de

---

25 Anne Allison, « New Age Fetishes, Monsters, and Friends », in Tomiko Yoda et Harry Harootunian (dir.), *Japan After Japan : Social and Cultural Life from the Recessionary 1990s to the Present*, Durham, Duke University Press, 2006, p. 345.

26 Phrase récurrente lors des entretiens que je mène avec les propriétaires de poupées (Sakai Mitsugi, Taabō, Nishimaki Tōru, Hyōdo Yoshitaki) ainsi qu'avec le rédacteur en chef de la revue *I-Doloid* (Kawamura Chikahiro), grand amateur de *love dolls*.

27 Shibusawa Tatsuhiko, *Shōjo korekushon josetsu* (Introduction aux collections de jeunes filles) [1972], Tokyo, Chūō Kōronsha, 1985, p. 12-13.

28 Celui qui offre à la *love doll* un nouveau foyer a le droit de la rebaptiser, suivant un usage courant entre la fin du XIX<sup>e</sup> siècle et l'immédiat après-guerre qui voit la femme changer de prénom lorsqu'elle se marie. Cf. Laurence Caillet, *La Maison Yamazaki*, Paris, Plon, 1991, p. 404.

nom », la poupée reste une mineure<sup>29</sup>. La première fois qu'on l'entend, ce discours paternaliste met mal à l'aise.

À la question de comprendre pourquoi tant d'hommes sont susceptibles d'aimer une jeune fille immature, c'est Ōkawa Hiroo, créateur de la firme 4Woods, qui apporte la réponse la plus claire :

Je ne pense pas que ce goût concerne la majorité des hommes au Japon. En fait, les poupées ne plaisent qu'à très peu de monde et seule une petite minorité de Japonais en achète. Ce sont des trentenaires proches de la culture *otaku* qui ont grandi en lisant des mangas et en vivant dans un univers virtuel : ils n'éprouvent aucun intérêt pour les femmes réelles. Ils ne ressentent d'émotion qu'à la vue de personnages fictifs, irréels.

Ce que les clients veulent doit relever de la chimère, parce que les clients, ainsi que le confirme Ōkawa, étant des *otaku*, désirent quelque chose qui est conçu à leur image : *kirudore*<sup>30</sup> (un « enfant éternel »).

Ainsi se dessine l'idée centrale de ma proposition : si la poupée est une enfant, c'est afin d'offrir à ses propriétaires l'image en reflet d'eux-mêmes. Elle est le miroir inversé des injonctions sociales auxquels ils sont soumis – devenir un adulte autonome, performant, gagnant suffisamment d'argent pour fonder un foyer – dans un contexte de crise économique qui intensifie les pressions jusqu'au point de rupture<sup>31</sup>. La poupée manifeste, sous des formes spectaculairement immatures, que son propriétaire est entré en dissidence. C'est ce que le chercheur Thomas LaMarre nomme la « stratégie du refus », indissociable, dit-il, d'une forme de régression consistant pour l'*otaku* à « rester coincé dans ce moment de transition sexuelle, l'adolescence<sup>32</sup> », marqué par l'obsession et l'impuissance. Il refuse d'« évoluer », confirme Takagi (fig. 5) :

Les hommes qui sont réprimés développent spontanément le goût pour des êtres qui ne peuvent pas parler, comme les animaux familiers ou les poupées, et en viennent à s'immerger de plus en plus profondément dans ce monde qu'on appelle celui du « divertissement ».

Dans l'univers de l'illusion et du jeu, les poupées offrent à leurs propriétaires le refuge d'une utopie. « Les poupées, semblables à des anges protecteurs, ne les laisseront jamais tomber et ne vieilliront jamais. Elles seront toujours là pour eux. Accessoirement, elles pourront même être des partenaires sexuelles », affirme Ōkawa, en insistant sur une idée : la *love doll*, par essence éthérée, doit s'inscrire dans le prolongement d'un rêve et relever de l'impossible. Plus elle est jeune, plus la relation devient irréelle. Plus elle est jeune, plus augmente le clivage entre ces mondes d'appartenance que sont l'univers social et les fictions au sein desquels les *otaku*, collectivement, élaborent leur identité. Reste à savoir pourquoi les *otaku* entretiennent avec ces « doubles » des relations si transgressives.

---

29 Lorsque son propriétaire ne veut plus d'elle, il peut la renvoyer chez son père biologique, c'est-à-dire à l'usine d'Orient Industry. Le contrat de vente encourage les propriétaires à faire un « retour de colis » nommé par euphémisme « retour à la maison natale » (*sato-gaeri*).

30 *Kirudore* est un néologisme *otaku* emprunté au célèbre dessin animé *Sky Crawlers* (2008) réalisé par Oshii Mamoru. Cf. un site consacré au lexique *otaku* : <https://bangin.wordpress.com/2008/06/29/キルドレ kirudore/> [consulté le 7 mars 2017].

31 Janice Brown, « Re-framing "Kawaii" : Interrogating Global Anxieties Surrounding the Aesthetic of "Cute" in Japanese Art and Consumer Products », *International Journal Of The Image*, vol. 1, 2011, n° 2, p. 10.

32 Thomas LaMarre, « *Otaku* movement », in Tomiko Yoda et Harry Harootunian (dir.), *Japan After Japan: Social and Cultural Life from the Recessionary 1990s to the Present*, Durham, Duke University Press, 2006, p. 377.

## Le goût de l'interdit : enfance, innocence et « étrangeté »

Non seulement la moitié des poupées qui se vendent au Japon ont l'air prépubères, mais les propriétaires les appellent *musume*, « ma fille » (synonyme de « jeune vierge »), comme pour accentuer l'aspect vulnérable de ces fac-similés d'enfants, livrés sans défense à des hommes qui se décrivent volontiers comme « pervers » (*hentai*) et postent sur Internet des photos de leur « petite » en uniforme de collégienne, forcée de montrer sa culotte ou ses seins<sup>33</sup>. Les photos sont généralement assorties de commentaires émus : « Photographier sa croissance me rend heureux en tant que père », raconte l'auteur de la photo intitulée « Portrait d'une vierge<sup>34</sup> ». Pour Kodama :

Les utilisateurs se désignent et se perçoivent comme pères. C'est leur manière à eux d'exprimer la profondeur de l'intimité qu'ils sont parvenus à atteindre avec la poupée. Peut-être qu'au début, ils ne pensaient à elle que pour le sexe. Mais avec le temps...

Je m'étonne qu'une relation incestueuse paraisse plus acceptable, voire plus romantique. Kodama penche la tête en signe d'assentiment.

En fait, la raison pour laquelle la plupart des utilisateurs appellent leur poupée « mon enfant », c'est parce qu'ils ont honte d'avoir une poupée comme partenaire sexuelle. Alors ils font passer la *love doll* pour leur fille.

À en croire Kodama, les utilisateurs se font passer pour père afin d'écartier les soupçons. Mais il y a fort à parier que l'appellation « mon enfant » ne trompe personne et fasse partie d'un jeu grisant de cache-cache avec les conventions sociales. Sous prétexte de donner le change, les utilisateurs qui mettent en scène « l'innocence de la poupée » s'amuse à jeter le doute sur la nature de leurs images et les rendent, « mine de rien », sulfureuses. Pour la chercheuse Christine Yano, cette propension subversive au *sado-cute* (« du mignon mélangé à du sado-masochisme<sup>35</sup> ») constitue un ressort essentiel de la culture *otaku*.

Imprégné d'empêchement (ce qu'on pourrait qualifier de *double-bind*), le scénario plébiscité par les propriétaires de poupée tourne autour de l'amour impossible : aimer une enfant, pire encore sa propre fille ou sa petite sœur, relève de l'inacceptable. Comme pour souligner ce fait, la plupart des fabricants jettent un voile pudique sur les usages possibles des poupées à l'aspect immature. La firme Trottla<sup>36</sup>, par exemple, créée en 2006, vend des modèles de 114 à 144 centimètres de hauteur qui possèdent une fente vulvaire mais pas de vagin : elles sont impénétrables. Le réalisme de leur sexe, n'étant que de surface, autorise Takagi à désigner ses *love dolls* comme « œuvres d'art ». « Elles ne sont pas fonctionnelles, dit-il. Mais... » il est possible de se frotter contre elles. Les

---

33 Les photos de Takagi (créateur de Trottla) qui illustrent cet article sont assez représentatives de celles que les propriétaires de poupée postent sur les blogs dédiés à leurs « filles » (cf. Agnès Giard, *Un désir d'humain*, Paris, Les Belles Lettres, 2016, p. 152-157 et 176-178). Elles mettent en scène la poupée comme un être vivant qui prend son bain, mange, se promène ou affronte des puissances invisibles. Faute d'espace, il m'est impossible d'entreprendre un décryptage de ces images, ici présentées en espérant qu'elles inspirent d'autres investigations anthropologiques.

34 [En ligne] <http://www.orient-doll.com/photocon2012/detail.php?pid=67> [consulté le 12 septembre 2016].

35 Christine Yano, « Wink on Pink : Interpreting Japanese Cute as It Grabs the Global Headlines », *The Journal of Asian Studies*, vol. 68, n° 3, 2009, p. 686.

36 [En ligne] <http://www.trottla.net> [consulté le 12 septembre 2016].

poupées de la firme Photogenic doll<sup>37</sup> (créée en 2003) ne sont pas pénétrables non plus et leur créateur, Natori Sachio, refuse avec violence qu'on les inclue dans la liste des *love dolls*, comme si cela pouvait les protéger. Il s'agit de poupées à aimer, insiste-t-il, afin qu'elles ne tombent pas « entre de mauvaises mains ». Sa toute dernière création, baptisée ALICE (*Alternative Little Intelligence Cybernetics Exoskeleton*) est une « humanoïde » au corps de mousse, à la tête de silicone, mesurant 123 centimètres, qu'il présente à la fois comme une « très belle fille » et comme une « peluche de fille robot » faite pour être serrée dans les bras.

Jusqu'en 2013 (date à laquelle leur production cesse), la firme Orient Industry fabrique également des poupées en tissu rembourré, dont le nom « caressant » – *Lala dolls* – renvoie clairement à l'infantilisme. Elles ne sont pas proposées à la vente sur le même site marchand que les *love dolls* et la firme dissimule soigneusement le fait qu'elles puissent servir d'instrument masturbatoire<sup>38</sup>. Les photos sont prises sous des angles calculés pour que leur entrejambe n'apparaisse pas. La firme préfère d'ailleurs que la nature de ces poupées ne soit pas divulguée : Kodama me dit que c'est « secret ». Il me fournit néanmoins de bonne grâce les informations relatives à leur configuration anatomique. L'existence d'une ouverture entre leurs cuisses ne fait pas l'objet d'un embargo absolu mais plutôt d'un jeu de cache-cache visant à préserver l'incertitude. Il s'agit de jouer sur l'effet de surface. En page d'accueil, les premières phrases de présentation indiquent que « Les *Lala dolls* ne sont absolument pas réservées à l'usage exclusif des hommes. Elles sont conçues pour la guérison du cœur et du corps de tous les hommes et toutes les femmes qui aiment les poupées<sup>39</sup> ».

Chez 4Woods, les poupées au biomorphe enfantin sont également vendues sur une page à part – intitulée *Naughty dolls*<sup>40</sup> – et sont déguisées en elfe, en fille-chat ou en mutante, comme pour prémunir le client de toute mauvaise pensée. Kodama le formule ainsi malicieusement : « Ce n'est pas une petite fille, c'est une elfe de 400 ans ! » Au royaume des illusions, les enfants sont trompeuses. Toujours, il faut qu'elles aient l'air pur, c'est-à-dire excessivement jeune, afin que le jeu avec elles reste occulte et que les apparences soient sauves. La firme Apricot, par exemple, affirme s'adresser exclusivement aux personnes désirant posséder des « jeunes filles innocentes » (*adokenai shōjo*). Les corps de 132 centimètres reproduisent avec exactitude la morphologie d'enfants impubères dont « la poitrine encore non formée fascine les hommes attirés par les vierges en train d'éclore<sup>41</sup> ». Bien qu'il s'agisse surtout de poupées « pour guérir, pour les déguiser, dormir contre elles, les prendre en photo et apprécier leur beauté », il est possible de les pénétrer, mais l'information est difficile à trouver<sup>42</sup>. La firme Make Pure<sup>43</sup> commercialise aussi, exclusivement, des filles de moins de 18 ans dont la taille varie entre 100 et 120 centimètres. Elles sont appelées *Pure dolls*, comme s'il fallait insister sur ce point : leurs âges les vouent à rester intactes.

37 [En ligne] <http://www.photogenicdoll.com/specenglish.html> [consulté le 12 septembre 2016].

38 Le seul indice qui en est donné sur le site est une note indiquant : « *Nous fabriquons aussi à la demande un modèle sans monture* ». La *lala doll* non pénétrable (« sans monture ») est donc en option. [En ligne] <http://www.orient-doll.com/m/lineup/laladoll10.htm> [consulté le 19 janvier 2014].

39 [En ligne] <http://www.orient-doll.com/laladoll> [consulté le 19 janvier 2014].

40 [En ligne] <http://naughty.4woods.jp> [consulté le 12 septembre 2016].

41 [En ligne] <http://www.apricot-doll.com> [consulté le 12 septembre 2016].

42 Apricot fournit un vagin « fabriqué dans une matière irrésistiblement douce et élastique ».

43 [En ligne] <http://www.makepure.com> [consulté le 12 septembre 2016].

Libre au client de respecter ou pas la limite symbolique posée par le fabricant. De façon significative, les *Pure dolls* sont pénétrables mais leur vagin n'est pas fourni : si le client les rend fonctionnelles, le fabricant n'en saura rien.

Cela peut paraître absurde. Pourtant les stratégies marketing de dissimulation répondent à une logique réelle : tout en cherchant à préserver la part d'ombre du produit, elles doivent en orchestrer la vente. Il ne s'agit pas de tromper le client sur la marchandise, il s'agit de lui laisser une marge de manœuvre : libre à lui d'*utiliser* sa poupée. Ou pas. Libre à lui, surtout, de se retirer avec elle dans cet espace d'incertitude que représente le non-dit. Qu'elle soit *Lala*, *Naughty* ou *Pure*, la *doll* n'existe que dans la zone grise.

Il en est d'elle comme de ces cafés pour voyeurs (*nozokibeya*) dans lesquels les serveuses en jupe font semblant d'ignorer qu'elles marchent sur un miroir. Les clients ne regardent le reflet de leur culotte qu'à la dérobée. S'ils regardaient ouvertement, trahissant la présence du miroir, le dispositif perdrait son sens. La poupée juvénile – tout comme un être humain – doit être maintenue dans l'ignorance « feinte » de ce qu'il y a entre ses cuisses, afin qu'elle reste un objet de désir, c'est-à-dire « à ravir<sup>44</sup> ». Comme le client aime jouer lui-même l'innocent, il importe que cette poupée ait l'air d'avoir un secret bien gardé. En cachant sur leur site les informations relatives à son usage sexuel, les fabricants ménagent donc l'illusion d'un champ libre dans lequel le client peut se projeter en vertu de l'occultation maximale de tout indice renseignant sur le fait que la poupée mineure a été conçue pour être détournée. La possibilité de « tomber des nues » en déshabillant la poupée, puis de jouer de ce clair-obscur tout en se protégeant derrière l'impunité d'une ignorance conventionnelle, constitue en effet pour les acheteurs l'un des attraits de la poupée. Dans quel but ?

Il s'avère que les *otaku* se présentent fréquemment comme des « *gentlemen* au cœur pur<sup>45</sup> », revendiquant avec orgueil le statut de vierges. Suivant un double processus de réaction et d'adaptation à la norme, ils adoptent par réaction de survie l'attitude extrême de personnes refusant toute compromission avec le réel. Par opposition au monde où les humains produisent et se reproduisent, les *otaku* construisent un « univers idéal », celui du jeu (gratuit) affranchi de toute considération matérielle et celui de l'amour (pur) libéré des contraintes biologiques. Avec une poupée, surtout si elle présente l'aspect prépubère, la relation ne peut que rester parfaitement stérile, c'est-à-dire érotique. La déviance assumée des *otaku* se double donc d'un discours de défi : leurs activités, pour citer Marika Moisseeff, sont des « activités de production “artificielles”, c'est-à-dire non programmées par le devoir imposé, “instinctuel”, de survie de l'espèce<sup>46</sup> » et participent de ce fait pleinement à une forme de désaliénation.

---

44 Keith Russell, « The Glimpse and Fan Service : New Media, New Aesthetics », *International Journal of the Humanities*, vol. 6, n° 5, 2008, p. 105-110.

45 L'appellation de *gentleman* est courante dans le milieu des *otaku* qui se désignent à l'aide de termes empruntés au lexique de l'aristocratie guerrière : *shinshi* et *tonogata* (équivalents de *gentleman*, monseigneur, milord, etc). L'expression « *Gentleman* au cœur pur » (*Pyuana kokoro wo motta shinshi*) est si codifiée que le jeu de simulation *Dorîmu kurabu* (Dream Club) – qui propose aux utilisateurs d'entretenir une relation avec une petite copine interactive – pose avant chaque nouvelle partie la question : « Avez-vous le cœur pur ? ».

46 Marika Moisseeff, « Mère originaire ou lolita éternelle : les images du corps féminin dans la fiction contemporaine », *Journal du Mauss*, 12 juillet 2012. [En ligne] [http://www.journaldumauss.net/spip.php?page=imprimer&id\\_article=911](http://www.journaldumauss.net/spip.php?page=imprimer&id_article=911) [consulté le 2 mars 2015].

Renversant les perspectives avec une joie maligne, les *otaku* transforment positivement le stigmaté qui les frappe. On les accuse d'être des *losers* frustrés ? Ils affirment, par défi, n'avoir pas besoin des vraies femmes qu'ils qualifient de *mendōkusai*<sup>47</sup> : « déplaisantes », « pénibles », « casse-pied ». Les petites filles au corps de rêve présentent au moins l'avantage d'être *hi-jitsuzai*, littéralement : « non existantes »<sup>48</sup>. Avec elles, rien n'est possible en dehors du cadre de l'illusion consentie. « D'une certaine manière, ces poupées sont des outils qui permettent de recréer le réel suivant une configuration apaisante pour l'esprit et, si l'on pouvait oser cette comparaison, ce sont des outils de croyance », explique Takagi. Sur son site, les différents modèles portent des noms de code qui les apparentent à des pièces mécaniques : LuJ1 type-A, ME-1, MJ-3. Les poupées ne sont pas des personnes. Elles le sont d'autant moins quand leur aspect juvénile, accentué jusqu'à l'outrance, confronte l'utilisateur à une forme de vacuité qu'Okada Toshio – fondateur du plus célèbre studio d'animation japonais (Gainax) et théoricien du mouvement *otaku*<sup>49</sup> – assimile au « futur perdu » (*ushinawareta mirai*<sup>50</sup>). La poupée enfantine est un être sans passé, ni avenir. Plus elle est jeune, vide, lisse et inaccessible, plus augmente son pouvoir d'« *estrangement* ». Car la poupée la plus séduisante, ainsi que le répètent à l'envi ses propriétaires, c'est justement celle qui est ailleurs ou qui vient d'ailleurs, étrangère à ce monde, invitant celui qui la regarde à exister comme elle : dans l'abstraction.

« Au-delà même des conduites morales, une grande partie des conduites sociales sont gouvernées par la recherche d'estime et quel que soit le champ d'activité considéré on en trouverait peu qui échappent à cette "loi" sociale<sup>51</sup>. » Prenant appui sur ce constat d'Alice Le Goff et Christian Lazzeri, j'aimerais proposer l'idée que le très fort attrait pour les représentations infantiles au Japon, notamment dans le domaine des jouets sexuels et des poupées pour adultes,

---

47 Ces propos que j'ai personnellement recueillis lors d'entretiens avec des utilisateurs de poupée comme Taabō ou Hyōdo sont également rapportés par Takatsuki Yasushi, dans *Nankyoku ichi go densetsu dacchi waifu kara rabu dōru made tokushu yōto aigen ningyō zengoshi* (La numéro un du pôle Sud. Des *dutch wife* aux *love dolls*, histoire contemporaine des poupées spécialement utilisées pour être aimées), Tōkyō, Basilico, 2008, p. 197.

48 L'expression *hi-jitsuzai seishōnen*, « jeunes inexistantes », pour désigner les représentations graphiques de mineurs a été introduite en 2010 par Ishihara, le maire conservateur de Tōkyō, dans la première version d'une loi régionale concernant la vente d'animés et de mangas pour les moins de 18 ans. Cette loi 156 a été surnommée par ses détracteurs « loi des crimes inexistantes ». Cf. Mark McLelland, « Thought Policing or the Protection of Youth? Debate in Japan over the "Non-Existent Youth Bill" », *International Journal of Comic Art*, vol. 13, n° 1, 2011, p. 348-367 ; Mark McLelland (dir.), *The End of Cool Japan: Ethical, Legal, and Cultural Challenges to Japanese Popular Culture*, New York, Routledge, 2016, p. 64 ; Alex Leavitt et Andrea Horbinski, « Even a Monkey Can Understand Fan Activism: Political Speech, Artistic Expression, and a Public for the Japanese Dōjin Community », *Praxis*, vol. 10, 2012. [En ligne] <http://journal.transformativeworks.org/index.php/twc/article/view/321/311> [consulté le 13 mars 2017].

49 Il est célèbre pour avoir attiré l'attention des chercheurs sur le mouvement *otaku*, avec son livre *Otaku-gaku nyūmon* (Introduction aux études *otaku*), en 1996. Cf. Thomas LaMarre, « *Otaku* Movement », in Tomiko Yoda et Harry Harootunian (dir.), *Japan After Japan: Social and Cultural Life from the Recessionary 1990s to the Present*, Durham, Duke University Press, 2006, p. 370.

50 Titre d'un livre d'Okada Toshio, publié en 2002.

51 Alice Le Goff et Christian Lazzeri, « Présentation du Dossier », *Terrains/Théories*, n° 4, 2016. [En ligne] <http://teth.revues.org/659> [consulté le 13 septembre 2016].

témoigne non pas de ce que les médias qualifient de « déroutante permissivité japonaise<sup>52</sup> », ni même d'un coupable « laxisme<sup>53</sup> » envers des comportements pédophiles, mais d'une dynamique d'ajustement entre des normes sociales portées par l'opinion publique et des individus réfractaires au système, s'appropriant le stéréotype qui les frappe pour le convertir en provocation positive. Les *otaku* qui constituent une frange très médiatisée de la population japonaise sont considérés comme immatures. Tout déni de reconnaissance entraîne une tentative de se construire envers et contre les normes. Lorsqu'ils « jouent à la poupée », les *otaku* ne se contentent pas de braver la majorité : ils configurent collectivement une identité en miroir inversé des critères de réussite habituels. L'esthétique *lolita* contribue à radicaliser ce qu'ils présentent comme un choix de vie : être en couple avec une représentation. Il importe que cette représentation prenne l'aspect irréaliste d'une petite fille – par définition impossible à posséder – parce que les *otaku* se définissent à rebours des valeurs sociales, dans l'idée du manque, du renoncement et de la perte.

ALLISON Anne, « New Age Fetishes, Monsters, and Friends », in Tomiko YODA et Harry HAROOTUNIAN (dir.), *Japan After Japan : Social and Cultural Life from the Recessionary 1990s to the Present*, Durham, Duke University Press, 2006, p. 345.

AUBERT Nicole et DE GAULEJAC Vincent, *Le Coût de l'excellence*, Paris, Seuil, 2007.

BROWN Janice, « Re-framing “Kawaii” : Interrogating Global Anxieties Surrounding the Aesthetic of “Cute” in Japanese Art and Consumer Products », *International Journal of the Image*, vol. 1, n° 2, 2011, p. 1-10.

CAILLET Laurence, *La Maison Yamazaki : la vie exemplaire d'une paysanne japonaise devenue chef d'une entreprise de haute coiffure*, Paris, Plon, 1991.

CHAMPION Françoise et DEMAILLY Lise, « Conclusion : pour continuer la réflexion sur les “nouvelles pathologies mentales” », *Socio-logos*, n° 9, 2014. [En ligne] <http://socio-logos.revues.org/2899> [consulté le 13 septembre 2016].

CRAIG Timothy, *Japan Pop ! Inside the World of Japanese Popular Culture*, Oxford, Routledge, 2000.

FANSTEN Maïa et GARNOUSS Nadia, « Nouveaux troubles et pathologies émergentes à l'ère de la santé totale et de la modernité réflexive », *Socio-logos*, n° 9, 2014. [En ligne] <http://socio-logos.revues.org/2820> [consulté le 9 septembre 2016].

GALBRAITH Patrick, « Akihabara : Conditioning a Public “Otaku” Image », *Mechademia*, vol. 5, 2010, p. 210-230.

GALBRAITH Patrick, « Lolicon : The Reality of “Virtual Child Pornography” in Japan », *Image & Narrative*, vol. 12, n° 1, 2011, p. 83-114. [En ligne] <http://www.imageandnarrative.be> [consulté le 2 août 2016].

GAGNON John, *Les Scripts de la sexualité. Essais sur les origines culturelles du désir [1973-2004]*, trad. Marie-Hélène Bourcier, Paris, Payot, 2008.

---

52 Arnaud Vaulerin, « Le Japon veut mettre fin au laxisme sur la pornographie infantile », *Libération*, 17 juin 2014. [En ligne] [http://www.liberation.fr/planete/2014/06/17/le-japon-veut-mettre-fin-au-laxisme-sur-la-pornographie-infantile\\_1043829](http://www.liberation.fr/planete/2014/06/17/le-japon-veut-mettre-fin-au-laxisme-sur-la-pornographie-infantile_1043829) [consulté le 13 septembre 2016].

53 Tim Hornyak, « Japan's 'Moe' obsession: the purest form of love, or creepy fetishization of young girls? », *Japan Times*, 26 juillet 2014. [En ligne] <http://www.japantimes.co.jp/culture/2014/07/26/books/book-reviews/japans-moe-obsession-purest-form-love-creepy-fetishization-young-girls/#.V9ifp0XWEae> [consulté le 13 septembre 2016].

GIARD Agnès, *Un désir d'humain. Les love doll au Japon*, Paris, Les Belles Lettres, 2016.

IIDA Yumiko, « Between the Technique of Living an Endless Routine and the Madness of Absolute Degree Zero : Japanese Identity and the Crisis of Modernity in the 1990s », *Positions : East Asia Cultures Critique*, vol. 8, n° 2, 2000, p. 423-464.

KINSELLA Sharon, *Adult Manga : Culture and Power in Contemporary Japanese Society*, Honolulu, University of Hawaii Press, 2000.

KNIGHTON Mary, « Down the Rabbit Hole : In Pursuit of Shōjo Alices, From Lewis Carroll to Kanai Mieko », *U.S.-Japan Women's Journal*, n° 40, 2011, p. 49-89.

LAM Fan-Yi, « Comic Market : How the World's Biggest Amateur Comic Fair Shaped Japanese Doujinshi Culture », *Mechademia*, vol. 5, 2010, p. 232-248.

LAMARRE Thomas, « Otaku Movement », in Tomiko YODA et Harry HAROOTUNIAN (dir.), *Japan After Japan : Social and Cultural Life from the Recessionary 1990s to the Present*, Durham, Duke University Press, 2006, p. 358-395.

LAZZERI Christian, « Quelques prémisses pour une théorie de l'estime sociale », *Terrains/Théories*, n° 4, 2016. [En ligne] <http://teth.revues.org/679> [consulté le 13 septembre 2016].

LEAVITTE Alex et HORBINSKI Andrea, « Even a Monkey Can Understand Fan Activism : Political Speech, Artistic Expression, and a Public for the Japanese Dōjin Community », *Praxis*, vol. 10, 2012. [En ligne] <http://journal.transformativeworks.org/index.php/twc/article/view/321/311> [consulté le 13 mars 2017].

LE GOFF Alice et LAZZERI Christian, « Présentation du Dossier », *Terrains/Théories*, n° 4, 2016. [En ligne] <http://teth.revues.org/659> [consulté le 13 septembre 2016].

LEWIS Bryan, « Cool Japan » and the Commodification of Cute : Selling Japanese National Identity and International Image, Chulalongkorn University, 2015. [En ligne] <https://www.academia.edu> [consulté le 13 septembre 2016].

MCLELLAND Mark, « Thought Policing or the Protection of Youth ? Debate in Japan over the "Non-Existent Youth Bill" », *International Journal of Comic Art*, vol 13, n° 1, 2011, p. 348-367. [En ligne] <http://ro.uow.edu.au/cgi/viewcontent.cgi?article=1272&context=artspapers> [consulté le 13 mars 2017].

MCLELLAND Mark, (dir.), *The End of Cool Japan : Ethical, Legal, and Cultural Challenges to Japanese Popular Culture*, New York, Routledge, 2016.

MOISSEFF Marika, « Mère originaire ou lolita éternelle : les images du corps féminin dans la fiction contemporaine », *Journal du Mauss*, 2012. [En ligne] [http://www.journaldumauss.net/spip.php?page=imprimer&id\\_article=911](http://www.journaldumauss.net/spip.php?page=imprimer&id_article=911) [consulté le 2 mars 2015].

RUSSELL Keith, « The Glimpse and Fan Service : New Media, New Aesthetics », *International Journal of the Humanities*, vol. 6, n° 5, 2008, p. 105-110.

SHIBUSAWA Tatsuhiko, *Shōjo korekushon josetsu* (Introduction aux collections de jeunes filles) [1972], Tokyo, Chūō Kōronsha, 1985.

TAKATSUKI Yasushi, *Nankyoku ichi go densetsu. Dacchi waifu kara rabu dōru made tokushu yōto aigen ningyō zengoshi* (La numéro un du pôle Sud. Des dutch

wife aux *love dolls*, histoire contemporaine des poupées spécialement utilisées pour être aimées), Tōkyō, Basilico, 2008.

YANO Christine, « Wink on Pink : Interpreting Japanese Cute as It Grabs the Global Headlines », *The Journal of Asian Studies*, vol. 68, n° 3, 2009, p. 681-688. [En ligne] <https://www.cambridge.org/core/services/aop-cambridge-core/content/view/S0021911809990015> [consulté le 2 août 2016].

YOSHIHARU Iijima, « Folk Culture and the Liminality of Children », *Current Anthropology*, vol. 28, n° 4, Chicago, The University of Chicago Press on behalf of Wenner-Gren Foundation for Anthropological Research, 1987, p. 41-48.

**fig. 1**



Photo : SHIN Takagi.

© Trotlla.

**fig. 2**



Photo : SHIN Takagi.  
© Trotlla.  
**fig. 3**



Photo : SHIN Takagi.  
© Trotlla.  
**fig. 4**



Photo : SHIN Takagi.  
© Trotlla.  
**fig. 5**



Photo : SHIN Takagi.  
© Trotlla.