

Alessandro GOMARASCA, dir., *Poupées, robots. La culture pop japonaise*

Paris, Éd. Autrement, coll. Mutations, 2002, 159 p.

Béatrice Rafoni



Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/questionsdecommunication/7554>

DOI : [10.4000/questionsdecommunication.7554](https://doi.org/10.4000/questionsdecommunication.7554)

ISSN : 2259-8901

Éditeur

Presses universitaires de Lorraine

Édition imprimée

Date de publication : 1 juillet 2003

ISSN : 1633-5961

Référence électronique

Béatrice Rafoni, « Alessandro GOMARASCA, dir., *Poupées, robots. La culture pop japonaise* », *Questions de communication* [En ligne], 3 | 2003, mis en ligne le 12 mars 2019, consulté le 10 décembre 2020. URL : <http://journals.openedition.org/questionsdecommunication/7554> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/questionsdecommunication.7554>

Ce document a été généré automatiquement le 10 décembre 2020.

Tous droits réservés

Alessandro GOMARASCA, dir., *Poupées, robots. La culture pop japonaise*

Paris, Éd. Autrement, coll. Mutations, 2002, 159 p.

Béatrice Rafoni

RÉFÉRENCE

Alessandro GOMARASCA, dir., *Poupées, robots. La culture pop japonaise*. Paris, Éd. Autrement, coll. Mutations, 2002, 159 p.

- 1 Sous ce titre accrocheur de catalogue d'objets cultes made in Japan, se cache une étude sociologique sur les mœurs et les modes extravagantes des jeunes Japonais d'aujourd'hui. Outre la curiosité qu'il éveille au sujet de cette jeunesse haute en couleurs et en excentricités, l'ouvrage intéresse d'autant plus le lecteur occidental que ces modes nippones transforment les images de ces adolescents en symboles du Japon contemporain. Ces modes composent cette fameuse « culture pop japonaise », une sous-culture jeune qui présente la même différence que la pop culture avec la culture populaire : elle en est sa forme contemporaine, juvénile et façonnée par la consommation et les médias de masse, mais aussi par les « nouvelles » technologies. En décrivant ces comportements et ces usages, les auteurs des articles du recueil s'attachent surtout à en analyser le sens : l'adolescence est l'âge d'or au Japon, celui qui suit la période de l'enfant-roi et précède l'hypernormalité de la vie active (dont les archétypes sont le salarymen – jusqu'à la retraite pour les hommes – et l'office lady, ou « fleur de bureau » – jusqu'au mariage pour les femmes). Des pratiques sociales de ces jeunes, nous ne voyons que l'enveloppe : tenues et coupes de cheveux ahurissantes, consommation effrénée de produits de luxe ou d'objets infantilisants (les Pokemons ou Hello Kitty), extravertissement tape-à-l'œil ou, au contraire, renfermement sur soi à la limite de l'autisme et dans les limites du monde virtuel, électronique ou vidéo (les otakus), attrait pour la bande dessinée fleur bleue (le shojo manga : manga pour les jeunes filles) ou pornographique et violente (le genre hentaï, littéralement : pervers).

Ces études indiquent le sens que revêtent ces pratiques pour les jeunes Japonais, et ce qu'elles signifient de la société japonaise actuelle. Ainsi, selon Alessandro Gomasca, Sharon Kinsella ou Toshio Miyake qui analysent, chacun, un aspect de la culture des jeunes filles, le jeu de l'apparence à outrance cacherait chez elles, une véritable remise en cause des codes sociaux et leur permettrait d'exprimer un refus des valeurs traditionnelles. Loin d'une simple révolte adolescente et individuelle, l'attitude de ces lycéennes est considérée par les observateurs japonais comme le parangon de la crise de l'identité japonaise et de sa mutation. À l'étudiant sage et discipliné succède la jeune lycéenne en uniforme (celui de son école ou celui du groupe auquel elle s'identifie), pratiquant la prostitution occasionnelle pour satisfaire ses besoins d'articles de luxe, un portable greffé dans la main et un gri-gri de toute petite fille dans l'autre. On pourrait dénoncer la caricature sauf que, précisément, c'est la caricature de la féminité elle-même qui est au cœur de la mode *kawai* (« mignon ») ; le détournement opéré par ces jeunes filles n'est pas exempt d'ironie, malgré son aspect infantile et superficiel. Brandir des peluches et accessoires de bébé serait moins le symptôme visible du complexe de Peter Pan que la bannière d'une appropriation de son corps, de son âge, de ses choix de vie. Ce que dit la *gyaru* (transposition japonaise de *girl*, à la fois la petite et la jeune fille) c'est qu'elle n'est plus une enfant et pas encore une femme, mais qu'elle possède les attributs de ces deux étapes de la vie dans son état intermédiaire, et qu'elle veut en jouer.

- 2 Par ce biais, les jeunes filles révolutionnent leur place traditionnelle dans la société : elles s'approprient un espace de liberté que leur envient les hommes.
- 3 Le titre de l'ouvrage renvoie donc aux archétypes sexués de la culture adolescente au Japon : les poupées des filles et les robots des garçons. Celles-là vivent le monde futile de Barbie version japonaise, tout de minauderie et de garde-robe sans fin, ceux-là s'enferment dans le monde de leur écran, rêvant parfois comme à l'âge du cyberpunk de faire corps avec leur machine. Ces deux icônes déterminent la structure du livre en deux grandes parties, « Lolitas » et « Monstres rêvés », bien qu'au fil des articles et des analyses en profondeur des phénomènes phares, le lecteur s'aperçoive que certains sont d'autant plus complexes qu'on ne peut les expliquer seulement en leur attribuant un sexe.
- 4 L'imaginaire de cette jeunesse, à travers sa culture particulière, est ainsi décortiquée dans des essais très documentés et précis, les auteurs étant décidés à sortir de l'impasse manichéenne qui a accaparé le débat sur la culture pop japonaise sortie de ses frontières. Avant tout, leur volonté est de procéder à une analyse critique de cette culture, propédeutique à toute analyse de sa diffusion en Asie et en Occident. C'est d'ailleurs en cela que l'ouvrage laisse le lecteur sur sa faim, ou plutôt qu'il se présente comme le premier volume d'un hypothétique série. En effet, la préface du directeur de l'ouvrage, Alessandro Gomasca, nous montre que la culture pop japonaise, déjà populaire en Occident, connaît son heure de gloire parmi la jeunesse asiatique. Fait d'autant plus remarquable que, si les adolescents coréens du Sud imitent en tous points leurs homologues japonais, copiant leurs modes et considérant comme absolument branché tout ce qui vient du Japon, les adultes, eux, voient d'un mauvais œil cet impérialisme culturel remplacer les invasions militaires de la première moitié du siècle. L'auteur reprend des éléments « historiques » d'apparition de la culture nippone en Occident et pose la question de sa pénétration dans les imaginaires et les cultures non japonaises, sans toutefois y répondre directement : il donne cependant les clés de

lecture de cette culture protéiforme, étape obligatoire dans la compréhension de ces icônes japonaises qui synthétisent l'esprit de la jeunesse et les fantasmes de la modernité jusqu'en Occident.

INDEX

oeuvrecitee Poupées, robots. La culture pop japonaise – (Alessandro Gomasca, 2002)

AUTEURS

BÉATRICE RAFONI

CREM, université de Metz