

Université de Montréal

De la réalité à la fiction : Trois décennies de représentation de l'Étranger dans les anime

Une analyse critique des conceptions identitaires japonaises

Par

de Boisvilliers Eyrhel

Département d'anthropologie, Faculté des arts et des sciences

Mémoire présenté en vue de l'obtention du grade de Maîtrise ès science (M.sc)

en Anthropologie

Décembre 2021

© Eyrhel de Boisvilliers, 2021

Université de Montréal

Département d'anthropologie, Faculté des arts et des sciences

Ce mémoire intitulé

De la réalité à la fiction : Trois décennies de représentation de l'Étranger dans les anime

Une analyse critique des conceptions identitaires japonaises

Présenté par

Eyrhel de Boisvilliers

A été évalué par un jury composé des personnes suivantes

Bob White

Président-rapporteur

Bernard Bernier

Directeur de recherche

Adam Lyons

Membre du jury

Résumé

Ce mémoire tente de mettre en valeur la pertinence des séries d'animation japonaise dans l'étude de l'identité nipponne. À travers un processus interactif de création entre producteurs, sponsors et consommateurs, les anime, et la culture qui les caractérise, permettent en effet d'explorer les dynamiques de construction identitaire entre le Japon des discours nationalistes et l'Étranger qui en apparaît comme la contrepartie. Les anime deviennent ainsi un outil de négociation culturelle. Plus précisément, ce travail porte sur les dynamiques de production et création en place depuis les années 1990, moment à partir duquel l'audience internationale a commencé à prendre de l'importance dans un milieu qui ne considérait jusqu'alors presque exclusivement que le public japonais. C'est aussi une période d'expansion pour l'industrie anime qui devient en quelque sorte une fierté pour le Japon et un étendard de son identité. Face à ce potentiel nationaliste et politique des anime comme promoteurs de la culture japonaise commence à se poser la question de leurs représentations. C'est notamment sur l'idée d'un contraste entre représentations hégémoniques et minoritaires que ce mémoire s'attarde. Il dévoile alors des conceptions hiérarchisées de l'Étranger. En même temps, il témoigne d'une évolution du positionnement japonais vis-à-vis de l'altérité au cours des dernières décennies.

Mots-clés : Anime, Animation japonaise, Culture populaire, Identité, Changement social, Multiculturalisme, Japon.

Abstract

This master thesis attempts to highlight the relevance of Japanese animation series in the study of Japanese identity. Indeed, through an interactive process of creation between producers, sponsors and consumers, anime, and the culture surrounding the medium, makes it possible to explore the dynamics of identity construction between Japan, as painted by nationalistic discourses, and the Foreign, which appears as its counterpart. Anime thus becomes a tool for cultural negotiation. More specifically, this work considers the dynamics of production and creation established since the 1990s, when the international audience started to become significant in a field which, previously, considered almost exclusively its Japanese audience. The 1990s also are a time of expansion for the anime industry which then becomes, to a certain extent, a source of pride for Japan and a banner of its identity. In view of the nationalistic and political potential of anime, as promoters of Japanese culture, the issue of their representations starts to arise. It is particularly on the idea of a contrast between hegemonic and minority representations that this thesis focuses. It consequently sheds light on hierarchical conceptions of the Foreign. Simultaneously, it testifies to an evolution of Japan's position regarding otherness over the last decades.

Keywords : Anime, Japanese Animation, Popular Culture, Identity, Social Change, Multiculturalism, Japan.

Table des matières

Résumé	5
Abstract	7
Table des matières	9
Liste des figures	15
Liste des sigles, abréviations et éléments linguistiques	17
Remerciements	19
Introduction	21
Une rapide introduction à la culture populaire japonaise.....	21
La représentation de l'Étranger dans les anime	23
State of the art	24
Concepts et méthodes.....	25
Chapitre 1 – Le tournant des années 1990 : Une période charnière dans la définition de l'identité japonaise.....	29
1.1 La fin d'une identité pour le Japon.....	30
1.1.1 Formation et éclatement de la bulle	30
1.1.2 Le modèle japonais de la période d'après-guerre.....	32
1.1.3 Une crise à tous les niveaux	35
1.1.3.1 Des conséquences économiques et sociales multiples.....	35
1.1.3.2 Un changement dans les normes et pratiques	37
1.1.4 La recherche d'un réconfort	39
1.2 La réinvention nippone.....	41
1.2.1 Le développement et les enjeux du Cool Japan	42
1.2.1.1 Définition du phénomène.....	42

1.2.1.2	Diffusion et formes	43
1.2.1.3	Les enjeux du « nation branding ».....	45
1.2.2	L'épineuse question de l'identité japonaise	46
1.2.2.1	L'Occident comme miroir.....	46
1.2.2.2	Orientalisme et auto-orientalisme	47
1.2.2.3	Les mythes du <i>Nihonjinron</i>	49
1.2.3	Fierté japonaise et mukokuseki	51
1.2.3.1	Les influences multiples du développement japonais.....	51
1.2.3.2	La question du mukokuseki	52
1.2.4	Les limites du Cool Japan	56
1.2.4.1	La catastrophe du 11 mars	56
1.2.4.2	L'implication du gouvernement.....	57
1.3	Conclusion.....	58
Chapitre 2 – Anime, Culture et Identité		61
2.1	Histoire abrégée de l'anime	62
2.1.1	L'histoire de l'animation japonaise.....	62
2.1.2	Aux origines des anime	64
2.1.3	<i>Tetsuwan Atomu</i> ou la naissance de l'anime	66
2.2	Diffusion et succès du média.....	68
2.2.1	L'internationalisation de l'anime	68
2.2.2	Méfiance vis-à-vis des productions nippones	70
2.2.3	Place actuelle sur le marché	72
2.3	La pertinence de l'étude des anime	75
2.3.1	Consommation et représentations : une influence médiatique.....	75
2.3.2	Le cas Aum Shinrikyô.....	77

2.3.3	Anime et études académiques	78
2.4	De la nature du médium : spécificités, atouts et limites	81
2.4.1	Les genres de l'anime.....	81
2.4.2	Le <i>character-building</i> ou le personnage au centre de la sphère anime	86
2.4.3	De la production à la consommation : l'anime comme œuvre circulaire.....	89
2.5	Conclusion.....	93
Chapitre 3 – Trois décennies de changements et d'anime		95
3.1	État des lieux : L'évolution démographique du Japon	95
3.1.1	Un flux touristique qui s'intensifie.....	96
3.1.2	Des visas temporaires à un établissement de long terme	98
3.1.3	Les résidents invisibilisés.....	101
3.1.4	Des laissés-pour-compte identitaires.....	103
3.1.5	Politiques gouvernementales et opinion publique.....	104
3.1.6	Les médias comme acteurs centraux au changement social	106
3.2	Étude de cas numéro 1 : <i>Cowboy Bebop</i> (1998-1999)	109
3.2.1	Autour de la série	109
3.2.2	<i>Cowboy Bebop</i> dans les grandes lignes.....	111
3.2.2.1	En toile de fond.....	111
3.2.2.2	Les personnages	113
3.2.3	Les éléments en contexte.....	116
3.2.3.1	Les genres de l'œuvre	116
3.2.3.2	Des références incessantes au XXe siècle	118
3.2.3.3	Une place à part parmi les anime.....	119
3.2.4	En bref : « A world where people live and breathe ».....	120
3.3	Étude de cas numéro 2 : <i>Nana</i> (2006-2007).....	125

3.3.1	Autour de la série	125
3.3.2	<i>Nana</i> dans les grandes lignes	127
3.3.2.1	En toile de fond.....	127
3.3.2.2	Les personnages.....	129
3.3.3	Les éléments en contexte.....	132
3.3.3.1	Les genres de l'œuvre	132
3.3.3.2	Un aperçu du Japon au tournant du XXIe siècle.....	133
3.3.3.3	<i>Nana</i> dans son époque	135
3.3.4	En bref : Un aperçu des tendances shôjo.....	136
3.3.4.1	Une perspective nipponcentrée	136
3.3.4.2	Des représentations au potentiel inégal.....	137
3.4	Étude de cas numéro 3 : <i>Yuri!!! on ICE</i> (2016).....	141
3.4.1	Autour de la série	141
3.4.2	<i>Yuri!!! on ICE</i> dans les grandes lignes.....	143
3.4.2.1	En toile de fond.....	143
3.4.2.2	Les personnages.....	146
3.4.3	Les éléments en contexte.....	147
3.4.3.1	Le genre sportif.....	147
3.4.3.2	La décennie 2010	149
3.4.4	En bref : Une œuvre tout en nuance.....	151
3.4.4.1	Le monde à travers les yeux des personnages	152
3.4.4.2	La fin des stéréotypes sur les Russes ?	154
3.4.4.3	Une diversité honnête	155
3.5	Conclusion.....	157
3.5.1	Les grandes tendances de l'analyse.....	157

3.5.2	Les théories de l'internationalisation animesque	159
3.5.3	30 ans d'anime	162
	Conclusion.....	167
	Annexe	173
	Références bibliographiques	175
	Références filmographiques	187

Liste des figures

Figure 1. – Voyageurs étrangers en visite au Japon chaque année.....	97
--	----

Liste des sigles, abréviations et éléments linguistiques

AMV : Anime Music Video

CIA : Central Intelligence Agency

DVD : Digital Versatile Disc

FBI : Federal Bureau of Investigation

JET : Japan Exchange and Teaching

J-POP : Pop japonaise

JNTO : Japan National Tourism Organization

LGBTQ+ : Lesbian, Gay, Bisexual, Transgender, Queer ou Questioning, +

MAL : MyAnimeList

METI : Ministry of Economy, Trade and Industry

MOFA : Ministry Of Foreign Affairs

NBA : National Basketball Association

NES : Nintendo Entertainment System

NBC : National Broadcasting Company

PME : Petite ou Moyenne Entreprise

PS1 : PlayStation 1

TF1 : Télévision française 1

TITP : Technical Intern Training Program

URSS : Union des Républiques Socialistes Soviétiques

VHS : Video Home System

Considérations linguistiques :

Le terme anime, venant du japonais, se prononce *a-ni-mé*. On le retrouve sous différentes formes dans la langue française, parfois avec un accent aigu et parfois sans, mais également avec ou sans marque du pluriel. Puisqu'il est rentré dans le vocabulaire de la langue, nous avons pris le parti de l'écrire sans italique, et face à ces diverses options, en tant qu'anime, sans accent, ni pluriel, à la manière japonaise, qu'on retrouve aussi fréquemment dans les textes en langue anglaise, et parfois en français. De la sorte nous voulons signaler la différence entre l'adjectif « animé.e.s » de l'objet en mouvement et le terme, à la fois un nom et un adjectif, qui désigne le médium et ses productions. Nous avons fait ce même choix pour plusieurs autres termes issus du japonais parmi lesquels manga et samurai entre autres.

Dans le corps du texte, à la manière japonaise, les noms propres japonais sont indiqués d'abord par le patronyme, suivi du prénom. Les noms occidentaux suivent quant à eux l'ordre habituel : prénom - patronyme.

Remerciements

Merci à mes parents qui m'ont toujours soutenue dans mes démarches académiques et m'ont permis de m'y consacrer pleinement. Merci à mon oncle de m'avoir fait découvrir, enfant, la culture populaire japonaise.

Merci aussi à mes amis, et à Gabriel, de m'avoir épaulée durant ces mois parfois difficiles et d'avoir toujours su me prêter une oreille attentive.

Merci encore à mon directeur, Bernard Bernier, qui m'a accompagnée durant toutes mes études universitaires et qui a toujours valorisé mon travail.

Enfin, un grand merci à mes professeurs du Centre d'études asiatiques, du Département d'anthropologie, à la Maison internationale de l'Université de Montréal et à l'Université elle-même, sans lesquels ce projet ne serait jamais né.

Introduction

“[The] anime medium-precisely because it so often highlights characters and settings that are neither clearly Western nor clearly Japanese offers a space for identity exploration in which the audience can revel in a safe form of Otherness unmatched by any other contemporary medium.” (Napier 2005)

Une rapide introduction à la culture populaire japonaise

La culture japonaise est depuis longtemps un objet d’attraction et de curiosité pour les Occidentaux. Récemment, c’est par le biais du contenu populaire que s’exprime le plus cet attrait, qui a gagné le reste du monde. L’émulation, qu’on pourrait dire sans précédent, autour des créations japonaises donne à leur pays d’origine une image moderne et unique, source de divertissement certes, mais aussi de *soft power*. Celui-ci, dans les termes de Joseph Nye, se caractérise par une capacité de persuasion reposant sur d’autres capitaux que les traditionnels pouvoirs économiques et militaires, c’est-à-dire sur un contenu culturel et idéologique attractif : la culture populaire, promue par le gouvernement japonais en tant que Cool Japan. Longtemps considérée comme « bas de gamme », cette forme de culture a pourtant permis au pays de demeurer l’un des plus influents à l’heure actuelle. Mais en quoi consiste-t-elle exactement ? Sous ce terme parapluie se trouve un vaste ensemble de mode, de musique, de cuisine, et, du côté de la culture visuelle, de jeux vidéo, de manga¹, de cinéma et de programmes télévisés. À cela, il faut encore ajouter produits et gadgets en tout genre, nés des pratiques commerciales qui lient l’ensemble.

L’influence de cette culture est de plus en plus prégnante, particulièrement chez les personnes nées entre les années 1980 et 2010, soit les générations Y et Z, au sein desquelles circulent librement de ces éléments, pour certains si répandus qu’ils appartiennent désormais à une culture internet plus large, existant hors de leur contexte japonais. L’ensemble des produits de la culture populaire japonaise mérite ainsi qu’on lui prête attention. Dans le cadre de ce mémoire toutefois, ce sont les anime, et plus encore les séries d’animation, que nous avons voulu retenir. Sous son format habituel, et non en tant qu’images sans contextes, le médium anime est en effet parmi les éléments les plus consommés de cette culture. L’audience locale en est bien sûr friande, mais celle étrangère

¹ La bande dessinée japonaise. Nom qui désigne au Japon toute forme de bande dessinée, y compris étrangère.

n'est pas en reste, et pour cause, une grande partie des jeunes générations ont grandi au contact des séries japonaises, diffusées sur les télévisions et maintenant sur Internet. Pour moi aussi, ce fut le point de départ d'un intérêt pour la culture japonaise. Les non-initiés en particulier pourraient penser que cet attachement à la culture populaire, et en premier lieu aux anime, est quelque chose dont on est amené à « grandir », en l'assimilant à une consommation enfantine. Outre qu'il est divertissant, ce contenu est surtout plus mature qu'on ne lui en donne souvent le crédit, l'animation japonaise répondant aux besoins d'une large audience par des productions variées et parfois très spécialisées. Notons aussi que ces dernières années, les œuvres destinées à une audience mature ont vu leur popularité grimper en flèche, et c'est ce vers quoi s'est donc tournée la majorité de la production qui a largement évolué du contenu jeunesse de ses débuts.

Le domaine de l'animation japonaise nous intéresse d'autant plus que celle-ci possède une identité distinctement nipponne, ce dont l'audience est généralement consciente. Cet aspect est important dans la mesure où les jeux vidéo notamment sont des produits tout aussi consommés de la culture populaire japonaise, si ce n'est plus encore, à la différence près que ces derniers demeurent, dans beaucoup d'esprit, apatrides et ne possèdent de ce fait pas le même potentiel. Les anime ont donc une identité clairement reliée à leur pays de naissance. Leur nom en est déjà le témoin. Au Japon, le terme, dérivé selon les théories de l'anglais *animation*, ou du français *dessin animé*, décrit toute production dessinée, sans égard pour son style ou son origine. Pour le reste du monde en revanche le terme *anime* a fini par symboliser les productions d'animation spécifiquement japonaises, souvent reconnaissables à leur esthétique particulière ainsi qu'à leurs choix narratifs.

Pourtant, que le médium ait une identité propre s'est rarement traduit par une volonté de l'aborder justement sous cet angle identitaire dans les productions académiques. Au lieu de quoi, l'animation japonaise a souvent été étudiée du point de vue de la question du genre. Ce type d'études est définitivement pertinent, mais s'y limiter revient à sous-exploiter le plein potentiel des anime. Aussi, nous avons décidé pour notre propre étude de sortir des sentiers battus, en questionnant à travers le médium l'identité japonaise et son positionnement récent, considérant alors les questions d'altérité et de différence.

La représentation de l'Étranger dans les anime

Plus précisément, notre sujet est celui de la représentation de l'Étranger dans les anime des décennies 1990 à 2010. Un étranger, c'est quelqu'un « d'une autre nation », ou encore quelqu'un qui « n'appartient pas à un groupe », surtout, c'est une personne « extérieure », « loin » de nous. L'étranger, ce peut aussi être des objets ou concepts qui ne nous sont pas familiers. En choisissant une majuscule pour ce terme, nous entendons l'aborder dans toute son ampleur et au-delà des seules conceptions identitaires nationales. C'est alors à la notion d'altérité que nous voulons faire écho pour inclure la représentation des minorités japonaises à notre étude. Nous avons en effet conscience qu'il est tout à fait possible d'être citoyen japonais et pourtant d'être ostracisé dans les discours constitutifs de la nation, que donc la différence, son rejet ou son acceptation, ne se limite pas à des cadres aussi fermement établis que ceux dits de nationalité ou de citoyenneté.

Nous nous demanderons alors ce que révèle le médium anime, à travers ses représentations, du rapport qu'entretient le Japon à l'Étranger, depuis les années 1990. Le choix de cette date n'est pas anodin puisqu'elle correspond à une période de crise tant économique que politique ou sociale pour la nation, qui doit alors se redéfinir à la suite de ces bouleversements. Elle nous semblait donc être un point de départ idéal pour étudier les rapports changeants entre le Japon, l'identité japonaise qu'il défend, et le « reste du monde », un Autre si vaste. C'est aussi une période faste pour le médium anime, qui connaît son premier boom à l'international. Les productions vont alors se multiplier, tout en gagnant la réputation de présenter un contenu audacieux et bien moins adouci que les dessins animés occidentaux, alors qu'elles touchent à une audience de plus en plus vaste. Par ailleurs, une partie de ce contenu est réaliste, alors que le reste, de par un aspect fantastique, renvoie davantage à un imaginaire collectif certainement infusé d'idéologies, les deux tendances nous laissant supposer de la pertinence académique du médium. Il sera alors très intéressant d'observer le positionnement japonais vis-à-vis d'« Autres », le fil conducteur de notre recherche, et de le comparer aux tendances démographiques, socioculturelles et idéologiques identifiées sur la même période. Peut-être cela nous permettra-t-il de déterminer le potentiel des anime dans la culture japonaise, en tant que facteur d'accélération, de décélération, ou bien encore en miroir, du changement social.

Ce faisant, les objectifs de notre recherche sont multiples. Nous voulons montrer l'intérêt de considérer les anime, en tant qu'outils de *soft power*, dans l'étude de la culture et de l'identité

japonaise. Nous voulons aussi étudier les représentations de ce qui serait considéré comme « non-japonais », et plus largement de la différence, telles que les formulent les discours nationalistes. Nous espérons constater sur les trois décennies de notre étude une évolution de ces représentations et donc du positionnement identitaire japonais. Ce travail implique également que nous débattions de la nature du médium et de ses liens aux réels, en même temps que nous devons souligner la jonction que constituent les années 1990 dans l’imaginaire et les représentations.

State of the art

Pour autant, notre sujet n’est pas pionnier dans le domaine puisqu’il succède à une poignée de contributions. D’abord, les travaux de Lu (2008, 2009), Fennell et al. (2012), Whaley (2015), Lei (2018), Ito et Bisila (2020) traitent effectivement des questions d’ethnicité, voire de race. Autant que nous souhaitions éviter ce second terme maladroit, force est de constater que l’ethnicité se réfère davantage à un patrimoine culturel, historique ou linguistique, alors que le terme de race, tout aussi abusif que soit son emploi, distingue différents groupes selon leurs phénotypes d’une façon qui peut se retrouver dans les anime, et que ces études mettent certainement en valeur. Vient ensuite le travail de Yoshida (2008) *Animation and "otherness" : the politics of gender, racial, and ethnic identity in the world of Japanese anime*, qui touche à tous les éléments qui nous intéressent. La totalité de ces études toutefois est en langue anglaise et, à notre connaissance, aucun travail équivalent n’a été publié en français. Par ailleurs, nulle part n’est abordée l’idée d’une *évolution* de la représentation, ou du tournant qu’auraient constitué les années 1990, à la fois pour le Japon et le médium anime. Ainsi, au-delà d’ étoffer la littérature sur le sujet, et de proposer enfin du contenu en langue française, notre recherche propose également de s’intéresser à l’idée de changement, et de négociation identitaire, d’une façon encore exceptionnelle. Soulignons encore que, des études citées, c’est dans la lignée du travail de Yoshida (2008) que s’inscrit le plus notre recherche, à cela près que l’auteure travaille avec les longs métrages d’animation, une autre constante des recherches académiques, au même titre que l’approche de l’animation par la thématique du genre. La plupart laissent en effet de côté les séries d’animation, qui comptent pourtant pour la majeure partie du marché anime. Aussi, nous avons voulu aller une nouvelle fois à l’encontre du modèle académique établi, choisissant de nous servir exclusivement de celles-ci dans notre recherche, pour établir leur pertinence. Pour cette raison, et dès à présent, lorsque nous emploierons le terme anime, ce sera pour désigner spécifiquement les séries d’animation

japonaises, et non les longs métrages d'animation qui sont leur contrepartie. Parce qu'elles appartiennent à un modèle de business intensif, ces séries ont peu souvent été utilisées comme outils d'analyse. Et même en dehors du monde de la recherche, l'idée que les anime sont « dépourvus de sens », ou tout du moins de potentiel analytique, est répandue, au sein même de l'audience qui les consomme. Cette notion tient à plusieurs conceptions, qui sont, de fait, erronées, et que nous espérons pouvoir remettre en question au travers de notre mémoire.

Concepts et méthodes

Pour cela, nous appuierons notre approche, au croisement des domaines anthropologiques et cinématographiques, sur plusieurs théories qui nous permettront de traiter de la délicate question de l'identité japonaise, du potentiel du médium anime, et des questions d'esthétique et de représentation le concernant.

En effet, pour aborder l'idée d'altérité, encore faut-il pouvoir l'opposer à une conception claire de la « nature » japonaise, telle qu'elle est vécue et imaginée. Cette question identitaire est intimement liée à plusieurs concepts, à commencer par celui de *nihonjinron*, les discours nationalistes sur la « japonité » (Lie 2000 ; Arlt 2006 ; Tomos 2013). Ceux-ci sont émis, tant par les intellectuels japonais que le gouvernement depuis des décennies maintenant, constituant en parallèle un fonds de commerce non négligeable puisqu'ils impliquent des livres, des recherches académiques et des émissions radio et télévisées. Ce sont ensuite vers les concepts d'orientalisme et d'auto-orientalisme que nous nous tournerons car tous deux ont été décisifs dans la construction du Japon moderne (Lie 2000 ; Iwabuchi 2002 ; Paulk 2011). Nous suivrons pour le premier concept la définition d'Edward Saïd selon laquelle l'Occident crée, exoticiise et inféode un Orient imaginaire, le dotant d'une identité qui permet de les définir tous deux en retour. La notion d'auto-orientalisme n'est que l'extension de cette première théorie, et en garde la volonté de préserver deux blocs distincts, à ceci près que le Japon adopte un rôle actif dans le processus, traçant de lui-même ses spécificités pour en assurer la supériorité. Les tendances récentes nous demandent enfin d'aborder la question identitaire du point de vue de la culture populaire et de son commerce. Ce sont alors les concepts de « nation branding » (Valaskivi 2013), la volonté de commercialisation d'un pays et de son image, et à l'opposé de *mukokuseki*, celle d'effacer le caractère national d'une production (ou

son « odeur » (Iwabuchi 2002)), qui nous permettront de conclure notre tour de l'identité japonaise et de ses caractéristiques.

À la suite de quoi, nous porterons notre attention sur les anime et leur capacité à traiter de cette question identitaire longuement définie. Nous justifierons d'abord brièvement leur potentiel médiatique et académique au travers de plusieurs théories, en particulier la *cultivation theory* (Saito 2007). Celles-ci établissent une connexion directe entre le temps passé devant la télévision et les conceptions sociales individuelles, concluant à l'influence du médium, et plus largement du contenu sur les écrans, dans la construction sociale. En particulier, elles soulignent que la médiatisation de représentations traditionnelles est un facteur de décélération du changement social, un point qui paraît d'une importance capitale dans notre étude.

Nous nous plongerons ensuite plus précisément dans les questions de représentation et d'esthétique amenées par le contenu des anime. La charpente de notre analyse reposera alors sur les théories de Lu (2008) et Lei (2018). La première auteure, Lu, analyse ce qu'elle qualifie de « trois types de politiques culturelles » à l'œuvre derrière les anime : une *internationalisation dépolitisée*, pour attirer l'audience internationale, une *internationalisation occidentalisée*, pour plaire aux consommateurs japonais, et enfin une *internationalisation auto-orientalisée*, pour souligner le particularisme japonais en Asie. Complétant l'analyse de Lu qui se concentre sur les éléments asiatiques et occidentaux, Lei discute de son côté de la « construction raciale » du point de vue des personnages noirs ou à la peau sombre. Elle en relève des motifs de représentation fréquents dans les anime, touchant aux aspects visuels (le premier motif), linguistiques ou narratifs (les deuxièmes et troisièmes) ou encore à leur absence étonnante (le quatrième et dernier motif). C'est en nous aidant de ces théories que nous construirons notre analyse de la représentation dans les anime.

Notre approche se veut un mélange d'analyse détaillée à l'échelle de trois anime, et plus vaste, mais superficielle, à celle de leurs genres et du médium. Les travaux que nous avons lus sur le sujet adoptent l'une ou l'autre de ces approches qualitatives ou quantitatives, mais nous pensons que notre format peut en justifier le mélange. Idéalement, cela devrait nous permettre une recherche approfondie, nous laissant le loisir de nous attarder sur les éléments que nous jugerons importants, tout en diminuant le potentiel aléatoire d'un échantillon trop étroit par la comparaison à plusieurs autres séries. Notre sélection ne s'est pas faite au hasard. D'abord, pour les anime que nous étudierons en détail, à savoir *Cowboy Bebop* (1998-1999), *Nana* (2006-2007) et *Yuri!!! on ICE*

(2016), nous voulions nous assurer de la présence de plusieurs caractéristiques : leur production devait être terminée, leur longueur raisonnable, c'est-à-dire se situer entre 12 et 50 épisodes (soit entre 4 et 17h de visionnage par série), et tous devaient bénéficier d'une popularité durable au Japon comme à l'étranger, que nous avons confirmée sur *Anime-Planet* et *MyAnimeList*, deux sites internet et bases de données encyclopédiques. Nous voulions aussi que chacun s'inscrive dans une décennie et un genre distinct. Nous avons alors opté pour la science-fiction dans les années 1990, le genre le plus populaire d'alors. C'est ensuite le shôjo que nous avons sélectionné pour les années 2000, plusieurs des œuvres les plus populaires du genre étant datées de cette période. Enfin, ce sont les séries de sport qui ont connu un regain de popularité dans les années 2010, ce qui nous a poussé à nous y intéresser également. De cette façon, nous toucherons à une audience variée, tout en abordant sous plusieurs angles la question de l'altérité. À l'aide des mêmes bases de données, nous avons ensuite sélectionné d'autres anime tout aussi populaires pour nous servir de point de comparaison, au moins deux pour chaque genre, et deux autres encore pour chaque décennie, cela pour être certain de pouvoir suffisamment contextualiser notre analyse. Finalement, nous n'oublierons pas bien sûr d'appuyer ces représentations fictionnelles sur les tendances ayant traversé le réel au même moment, à la recherche des marqueurs identitaires japonais.

Chapitre 1 – Le tournant des années 1990 : Une période charnière dans la définition de l’identité japonaise

“In fact, the whole of Japan is a pure invention. There is no such country, there are no such people...” – Oscar Wilde

Ce chapitre examine la question de l’identité japonaise qui, comme toute identité nationale, est en constante création. Il aborde notamment les années 1990, qui marquent une transition dans l’identification et la fierté nationale, du domaine économique vers le culturel, ce que Joseph Nye interprète comme une évolution du *hard* au *soft power*. Par « identité », un terme aux définitions multiples, nous entendons décrire la représentation des Japonais en tant que groupe « homogène » et « uni », selon la vision qui transparait dans les discours nationalistes émanant de certains intellectuels et membres du gouvernement. Or, les cultures humaines n’ont pas de caractéristiques absolues et immuables qui rendraient leur identité statique ; quand bien même ce serait le cas, leur *représentation* peut tout à fait évoluer. Avec l’objet d’étude qui est le nôtre, à savoir une identité fluctuante par nature, il n’est alors pas surprenant que les discours et perceptions qui y sont liés se transforment avec le temps.

Ainsi, nous aborderons le fonctionnement japonais durant la période de l’après-guerre, et l’établissement d’une identité subséquente autour du modèle du « Japan, Inc. », c’est-à-dire de la société comme corporation. Ce modèle s’effondre dans les années 1990, avant d’être remplacé par le « Japan Brand Strategy » qui commercialise la nation. D’« entreprise », elle devient donc « marque ». Ce changement, sur lequel nous désirons nous attarder, s’effectue sur fond de consommation de masse. Cette dernière devient une caractéristique du Japon dans la deuxième moitié du XXe siècle, faisant des produits matériels et immatériels des objets d’analyse de choix, puisqu’ils contiennent en eux des codes culturels et des valeurs qui participent à la formation et la solidification de comportements sociaux et d’idéologies.

Aussi, nous diviserons simplement notre analyse de l’identité japonaise en deux parties. Dans la première, nous discuterons de la « disparition » d’un modèle identitaire et de ses conséquences. Dans la seconde, nous nous attacherons au contraire à décrire un repositionnement de l’identité japonaise, en l’inscrivant dans un processus de création nationale qui remonte au XIXe siècle, se

construisant cette fois autour de la culture populaire, et du mouvement du Cool Japan, qui se présente comme l'ancre d'une nation soudainement à la dérive.

1.1 La fin d'une identité pour le Japon

L'éclatement de la bulle spéculative est la première crise du genre au Japon. Ses conséquences sur lui sont nombreuses et s'étalent sur au moins vingt ans, soit les deux décennies qui porteront le nom de « perdues ». La multiplicité et complexité des changements alors vécus par le pays ne pourraient être expliquées qu'au travers de livres entiers, écrits par des spécialistes. Autant dire qu'en quelques pages seulement, et à notre niveau, ce n'est pas ce que nous ferons ici. L'objectif des prochaines pages est davantage de réaffirmer à quel point le tournant des années 1990 fut marquant pour le pays, le plongeant dans une crise identitaire qu'on pourrait juger comparable à celle vécue dans l'après-guerre. En d'autres mots, en écrivant sur l'effondrement de la bulle et ses retombées, nous voulons insister sur le caractère charnière de cette période, qui constitue un bon point de départ pour tenter de décrire l'identité japonaise actuelle, sa dimension complexe et les défis qui y sont liés. Ce faisant, nous défendons la pertinence d'un modèle simple d'analyse, celui d'un « avant » et d'un « après » l'effondrement de la bulle spéculative.

1.1.1 Formation et éclatement de la bulle

Le Japon des années 1980 est un pays en pleine expansion, récoltant le fruit des efforts de sa population, mais son succès pousse également ses institutions à l'imprudence. Entre 1985 et 1989, son marché financier est ainsi traversé par une période intense de spéculation, qui mène ultimement à la crise des années 1990 et à une longue période de difficultés économiques, renouvelées par la crise des subprimes de 2008 (McCreery 1998 ; Guichard 1999 ; Bernier 2013 ; Aramaki 2018). La bulle spéculative apparaît donc en 1985, mais elle n'est pas la seule responsable de la future crise. Certaines pratiques entrepreneuriales douteuses, y compris le recours aux yakuza, et des erreurs politiques sont également de l'équation (Bernier 2013 : 19-20). D'abord, suite aux accords du Plaza de 1985, le gouvernement assouplit sa politique monétaire, et encourage le crédit en abaissant le taux d'intérêt directeur. Il espère ainsi contrer les supposés effets négatifs de la hausse de la valeur du yen (augmentée pour déprécier le cours du dollar américain) en stimulant les investissements afin de maintenir une forte productivité industrielle et ses exportations. Les accords n'ont en fait

pas d'effets négatifs de long terme sur les exportations du pays, qui continuent à être bien supérieures aux importations. Cette balance excédentaire, entre autres, offre énormément de liquidité aux banques et entreprises. Les premières, incapables de calculer avec précision la rentabilité des secondes, leur prêtent des montants astronomiques, sans prendre la mesure des pertes qu'elles risquent. Les secondes, justement, utilisent cet argent pour jouer à la bourse, une activité qui s'avère plus rentable que leur production habituelle. Et, plutôt que d'investir productivement, elles prennent le parti d'acheter des terrains et de la valeur mobilière sous la forme d'actions et obligations... quitte à emprunter encore de l'argent et mettre en garantie leurs avoirs immobiliers. En parallèle, la valeur des terrains et des prix de l'immobilier augmente de manière explosive entre 1987 et 1989, atteignant des mesures insensées, par ce crédit facile, et la rumeur d'un transfert du centre financier mondial à Tokyo qui pousse à une augmentation des constructions en centre-ville et banlieue (Bernier 2013 ; Aramaki 2018).

Mais, en 1989, la politique monétaire du gouvernement effectue un tournant vers plus de restrictions. Les taux d'intérêt vont alors augmenter, à l'inverse du crédit à l'immobilier qui est restreint. Très vite, des conséquences arrivent, qui précipitent l'effondrement de la bulle (Guichard 1999 ; Bernier 2013 ; Aramaki 2018). À ce moment-là, à la fois les entreprises et les banques tentent, par des moyens artificiels, de retarder l'impact de ces changements. Par exemple, les entreprises assainissent leurs finances par un système de transfert de dettes, une pratique certes artificielle, mais légale, alors que les institutions financières échouent à prendre la mesure de la valeur de leurs actifs. Si certains des fonctionnaires du ministère des Finances prennent conscience de la situation, ils s'abstiennent d'intervenir, protégeant ainsi leur propre avenir salarial. C'est qu'ils sont liés aux dites entreprises par la pratique de l'*amakudari*, une « descente du ciel » qui consiste à les placer, au moment de la retraite, au sein de celles-ci, alors qu'ils avaient précédemment pour mission de les surveiller, deux rôles que la situation rend incompatibles.

Éclate donc la bulle. Ce faisant, elle met fin au « miracle économique japonais », qui était une source d'assurance et de fierté pour le pays. Le Japon avait en effet trouvé son essor dans la réussite d'un modèle qui lui avait permis de s'élever au rang de deuxième puissance économique mondiale dès 1968, réduisant aussi les disparités économiques, pour laisser place à un pays « sans classe » ou de « grande classe moyenne »... du moins dans les discours (Lie 2000 ; Bernier 2013). Ces disparités font leur retour avant la crise en tant que telle, mais les écarts de revenus qui étaient

présents dans la période spéculative étaient ceux d'un enrichissement global, simplement moins rapide par le bas que par le haut. Ils laissent place dans les années 1990 à une différenciation cette fois négative puisqu'elle se base alors sur une baisse des revenus et ressources, et la perte d'emploi et des avoirs financiers.

Juste avant le choc, en 1988, le Japon est à son apogée. Sa croissance est continue et il est le numéro un mondial de l'automobile, de la banque et de l'industrie électronique. Certains voient déjà naturellement le XXI^e siècle comme étant le sien (voir *Japan as Number One* d'Ezra Vogel (1979) dans Lie 2000). La chute est donc rude à bien des niveaux pour le pays. Mais au-delà de conséquences concrètement mesurables, le choc est aussi psychologique et idéologique. Le modèle du « Japan, Inc. », par sa remise en cause, ébranle une identité englobante construite dans l'après-guerre. Les contradictions et faiblesses du fonctionnement japonais se révèlent alors dans la période de crise et de flottement qui s'ensuit.

1.1.2 Le modèle japonais de la période d'après-guerre

Puisque les conséquences de la crise sont interreliées, elles seront traitées comme tel dans le développement qui suit, mais il nous faut d'abord décrire brièvement le fonctionnement japonais d'avant les années 1990 pour mieux comprendre les implications qu'une crise financière et économique a pu avoir sur l'ensemble de la structure sociétale.

Le Japon de l'après-guerre se reconstruit en tant que puissance économique, bientôt connue sous le nom de « Japan, Inc. » (la société comme « corporation »), grâce aux efforts collectifs de sa population (Allison 2013 : 10). Ce nouveau Japon repose alors sur trois piliers, la famille, l'entreprise, et l'école. Il mobilise donc l'ensemble de la population, qui s'organise de façon symbiotique, et se voit attribuer des rôles distincts mais dépendants les uns des autres. En parallèle de la reconstruction du pays, après 1970, la consommation de masse se développe et fortifie cette organisation. Une société dite sans classe, ou encore de « grande » classe moyenne, se développe alors ; et à la fin des années 1970, la majorité des citoyens s'identifient en effet comme appartenant à ce vaste ensemble aux moyens et buts partagés (Lie 2000 ; Bernier 2013). L'entreprise est au centre de ce développement, en tant qu'organe principal de la croissance économique, alors qu'on va compter sur la famille pour maintenir en place un système basé sur des rapports hétéronormés qui inscrivent l'homme dans la sphère publique et la femme dans celle privée. C'est-à-dire qu'on

attend du premier qu'il devienne, idéalement, un *sarariiman*, dévoué non seulement à son travail, mais encore plus à son entreprise, qui le forme, lui fournit un emploi de longue durée (probablement à vie), le rémunère en conséquence de cette fidélité et lui offre encore d'autres avantages qui varient selon la taille des compagnies. Son salaire augmente en fonction de son ancienneté, c'est le *nenkô jôretsu* (Allison 2013 : 23). On évalue de plus ses efforts, et donc ses chances d'avancement à de meilleurs postes, par l'expression de son dévouement à la compagnie, qui passe par de longues heures de présence, et de bonnes relations à ses collègues et supérieurs, y compris en dehors du bureau, lors de soirées et de week-ends passés ensemble pour renforcer la cohésion du groupe. Ce salaire, éventuellement, après quelques années de travail, est suffisant pour subvenir aux besoins d'une famille entière, laissée aux soins d'une épouse complètement en charge de l'univers domestique, du soin des enfants, de son mari, et même souvent de ses beaux-parents². Elle réalise l'idéal de la « good wife, wise mother » (Bernier 2014), qui aujourd'hui encore a une prise ferme dans la société. Ensemble, le couple s'inscrit comme *shakaijin*, adultes responsables et utiles à une société à laquelle ils sont redevables (Dasgupta 2012). Notons tout de même qu'après les années 1960, plus de la moitié des femmes entre 15 et 65 ans ont dû trouver un emploi, souvent à temps partiel, pour ajouter au salaire de leurs maris travaillant dans les PME, la construction, le petit commerce ou la distribution.

Le rôle des grandes entreprises, pendant plusieurs décennies, va encore plus loin lorsqu'elles deviennent le « matchmaker » de leurs employés (Endo 2018 : 18). En effet, elles ne comptent pas uniquement sur des travailleurs masculins, mais embauchent aussi les jeunes femmes, en tant qu'office ladies, en charge de tâches subalternes, jusqu'à ce qu'elles quittent leurs emplois³ après s'être mariées ou avoir eu des enfants, souvent avec un partenaire rencontré sur le lieu de travail. Si ces femmes intègrent à nouveau le monde du travail, ce sera, avant 2014, le plus souvent à mi-temps et une fois leurs enfants devenus grands (Bernier 2014). Elles vont participer en complément des écoles à former la nouvelle génération, une nouvelle forme de travail à temps plein qui, si elle porte ses fruits, leur apporte la reconnaissance de la société. Elles s'investissent donc pleinement comme *kyouiku mama* (« maman éducation ») puisque leurs efforts, associés à une forme d'amour,

² C'est le cas du moins dans la fonction publique et les grandes entreprises, qui emploient environ le tiers de la main-d'œuvre totale.

³ Le modèle est formulé ainsi, car la voie des offices ladies est distincte de celle de « carrière » jusque dans les années 1980, où elle est étendue, de façon restrictive toutefois, aux femmes.

peuvent faire la différence dans la réussite de leurs enfants, dont l'excellence académique leur permettra de s'intégrer à leur tour en société selon un modèle que Lee Edelman qualifie de « futurisme reproductif » (Allison 2013 : 23).

Il existe bien sûr de nombreuses exceptions à ce fonctionnement dans la réalité, comme on l'a mentionné, mais ce but théorique demeure l'idéologie dominante que le gouvernement encourage. Aussi, quand la crise arrive en 1991, avec ses conséquences pour les entreprises, leurs pratiques et leurs employés, c'est sur l'ensemble du système que le choc porte. À partir de 1994, elle prend toute son ampleur : l'économie connaît des taux de croissance négatifs, la récession s'installe, les entreprises doivent laisser partir des employés, même s'ils avaient la sécurité de l'emploi, diminuer l'embauche de jeunes sortant des universités, supprimer les bonis semestriels qui comptent pour plusieurs mois de salaire, modifier les échelles de ce dernier... Le taux de chômage augmente, d'autant plus que l'embauche diminue dans cette « ère glaciaire » pour l'emploi (Allison 2012 : 353), et les travailleurs irréguliers se multiplient. La jeune génération est mise en péril. Pour en donner un exemple concret : « Entre 1990 et 1999, le nombre d'employés réguliers entrant annuellement dans les entreprises de 100 employés et plus est passé de 9 millions à 4,9 millions. Les entreprises de plus de 1000 salariés réguliers ont connu une diminution encore plus forte, le nombre de nouveaux salariés passant de 3,75 millions à 1,34 million, une baisse de 64% » (Bernier 2013 : 21). Or, un emploi instable, c'est le risque de ne pas gagner suffisamment d'argent pour soi, et certainement pas pour songer au mariage et à l'établissement d'une famille, dans un pays où seuls 2% des naissances arrivent hors mariage (Mirza 2010 : 70). Les jeunes sont par ailleurs accusés à tort d'être responsables de la situation du pays, dont le désarroi atteint chacun et tous les domaines.

Dès lors, un changement s'opère au sein de la société, qui se polarise avec l'arrivée de conditions précaires. Elles sont précaires, car les entreprises, qui fournissaient non seulement une sécurité financière qui concerne toute la famille, sur trois générations, mais aussi un cadre régulateur, qui touche des droits des employés à un chemin de vie déjà tracé (puisqu'il est préparé dès l'entrée à l'école, et s'achève à la retraite du mari, donc quasiment de la naissance à la mort), ne peuvent plus le faire. Au contraire, les travailleurs irréguliers (*furita*, principalement des jeunes personnes à temps partiel, et *haken*, travailleurs temporaires) sont moins bien payés puisqu'ils ne touchent que 67,1% du salaire régulier d'un employé masculin et que leurs droits sont minimaux (Allison 2013

: 32). Les plus concernés par ces changements sont alors les jeunes, mais aussi les femmes et les immigrants. D'un simple élément déclencheur - la bulle - naissent des conséquences sociales, culturelles et idéologiques multiples qui témoignent d'une identité individuelle et collective en crise.

1.1.3 Une crise à tous les niveaux

Cette crise est ainsi tentaculaire, elle s'infiltré dans tous les domaines de la vie et les bouleverse de telle sorte qu'il est impossible d'en faire un compte-rendu exhaustif. Ce que nous allons faire en revanche, c'est aborder le phénomène dans sa globalité en touchant à une pluralité de dimensions « contaminées », plus pour en montrer l'étendue et les connexions parfois inattendues que pour les analyser en profondeur. L'ampleur des ramifications de cette rupture, dont les effets ne se sont pas tous diffusés, est un bon point de départ pour discuter de la question identitaire au Japon.

1.1.3.1 Des conséquences économiques et sociales multiples

La crise amène une précarité non seulement économique mais sociale. Si l'on parle d'une génération perdue, c'est parce que les jeunes n'ayant pas réussi à sécuriser un bon emploi se retrouvent lésés dans les autres domaines, de manière quasiment irrattrapable. Le système des entreprises japonaises est tel qu'elles forment généralement leurs -jeunes- employés en interne (Dasgupta 2012). Elles n'ont donc pas d'utilité à embaucher des personnes plus âgées, ni avec d'autres qualifications ou expérience, puisque cet apprentissage en commun, et avec des gens d'un même âge, permet également de sécuriser la cohésion au sein des nouveaux membres. Une reprise de l'économie n'est donc pas synonyme pour ces personnes d'un retour à la « normalité ». Pour certains, la flexibilité acquise en tant que *furita* est une chance de se découvrir, de se lancer dans des domaines plus artistiques par exemple, mais à la condition que ce statut ne soit pas permanent (Smith 2018). Quand il l'est, et souvent pas par choix, la précarité au sens large risque de s'installer, ce que certains désignent comme *hikon*, une privation qui n'est pas qu'économique mais émotionnelle et qui naît du manque de liens sociaux (Allison 2013 : 100). Au moment où Allison écrit *Precarious Japan* (2013), un tiers des travailleurs, et la moitié des jeunes entre 15 et 24 ans, constituent ainsi les rangs de ces irréguliers aux emplois temporaires, à mi-temps, et de court terme (Ibid.: 5). Pour les femmes employées, ce chiffre atteint même 70% (Ibid.). Pour beaucoup, un sentiment d'inutilité s'installe : ils sont une main-d'œuvre facile à embaucher et renvoyer, sans

identité propre ou accomplissements. Pas étonnant dans ces circonstances que la première cause de mortalité chez les 18-24 ans soit le suicide, ni que 60% des personnes passant à l'acte soit sans emploi (Allison 2012 : 346). On note aussi une augmentation des dépressions, de l'alcoolisme, du harcèlement scolaire (*ijime*) dans cette même période, le dernier point étant d'ailleurs en expansion continue⁴.

Sur un autre sujet, l'accès au logement, qui abrite traditionnellement grands-parents, parents et enfants, un modèle qui s'était néanmoins affaibli à partir de 1975 au profit de familles nucléaires, est lui-même délicat dans le Japon en crise. Les pratiques immobilières japonaises font qu'il est difficile et coûteux de se trouver un logement, ce qui limite d'autant plus les personnes en situation précaire. Certaines sont à la rue, d'autres chez leur famille, et une dernière catégorie s'installe parfois dans les cafés internet, une tendance qui fait son apparition dans les années 2000 (Allison 2012 et 2013). Le nombre de personnes sans-domicile fixe, qui dans l'archipel japonais sont essentiellement des citoyens⁵, a évolué en accord avec la crise. À Tokyo, des associations militantes évaluent entre 1992 et 1994 un nombre de sans-abris triplé, passant de 470 à 1510 (Malinas 2006 : 42). Et quelques années plus tard, sur la période 1996–1998, les autorités locales notent une évolution du chiffre de 3 682 à 5 798, une augmentation de 60% donc, qui s'avère de plus sous-estimée car elle ne prend en compte que les personnes littéralement sans-abris, excluant alors celles ayant recours à des outils temporaires comme les centres d'hébergement, de réinsertion ou les cafés (Ibid.).

Le sentiment d'insécurité vient aussi du vieillissement rapide de la population japonaise qui, couplé avec la baisse des naissances, laisse entrevoir un futur fragile pour le pays. Sa jeune génération, dont les rangs diminuent et les perspectives d'emplois sont loin d'être idéales, va devoir prendre en charge un nombre croissant de personnes âgées et vulnérables. D'un côté, ce vieillissement diminue le nombre de travailleurs, ce qui laisse plus d'opportunités d'emploi à ces jeunes, diminuant alors le taux de chômage. De l'autre, cela signifie que le nombre de personnes contribuant à la société en payant des taxes est également réduit, ce qui reporte sur eux le fardeau fiscal. Rien ne dit d'ailleurs que le gouvernement sera capable de prendre en charge les personnes âgées, ou sans emploi, qui ne pourraient être supportées par d'autres (Nakamura, Nakamura et al.

⁴ <https://furansujapon.com/japon-le-harcèlement-scolaire-a-battu-des-records/>

⁵ Les travailleurs étrangers en situation irrégulière risquent de leur côté la déportation.

2004 : 108). Déjà, en l'an 2000, 17,4% de la population japonaise était âgée de 65 ans et plus (Ibid.: 129), un nombre qui en 2019 atteint 28%⁶... Mais si la structure familiale est tant économiquement qu'émotionnellement en déliquescence, le risque pour les plus âgées est aussi celui de l'oubli et de l'abandon par manque de moyens, de temps et d'intérêt. La famille est en effet à la fois la première et la dernière ressource (*tame*) vers laquelle se tournent les Japonais (Allison 2013 : 40). De là, les histoires dans les médias de personnes âgées qui meurent seules, retrouvées parfois après des mois seulement... mais aussi d'inconnus effacés des registres et de « centenaires disparus » (Ibid.).

1.1.3.2 Un changement dans les normes et pratiques

Dans ce climat incertain, loin du précédent « my home-ism » des années 1970 et 1980 qui était centré sur la famille et une domesticité matricentrée de « soin », la solitude s'installe, d'autant plus que les attentes de la population et les réalités vécues ne se rencontrent pas (Allison 2012 : 351). D'un côté, le taux de célibat augmente pour les raisons économiques mentionnées plus haut, de l'autre, le désir de mariage et de création d'une famille reste très présent. Ainsi 90% des jeunes Japonais célibataires expriment leur intention de se marier, certains prenant activement part au *konkatsu*, la recherche d'un partenaire de mariage, sans que cela ne diminue la proportion de jeunes célibataires, qui au contraire est passée de 15 à 20% depuis 1990 (Endo 2018 : 2). Mais les entreprises n'offrent plus le même cadre de rencontre qu'auparavant et rien ne les a remplacées dans le domaine. La réalité des individus change aussi. De plus en plus de femmes désirent notamment faire carrière, et les nouvelles générations remettent en cause la culture du dévouement salarial et ses conséquences extrêmes (burn-out, « exclusion » de la vie familiale, *karoushi*) (Bernier 2014). Cette infraction aux normes traditionnelles prend des noms accrocheurs : on parle des *parasite singles* pour désigner les personnes incapables, ou sans envie, de quitter la maison de leurs parents (bien qu'elles travaillent et donc consomment) ; ou encore des hommes herbivores et des femmes carnivores (Allison 2013). Les premiers sont perçus comme trop dociles, pas assez compétitifs, ni virils, et on reproche tout l'inverse aux secondes qui sont « trop » proactives et accomplies d'elles-mêmes. En bref, ils ne correspondent pas aux stéréotypes de genre attendus. Ce qui, peut-être, est surprenant, c'est que la plupart de ces personnes « atypiques » recherchent encore

⁶<https://perspective.usherbrooke.ca/bilan/servlet/BMTendanceStatPays/?codeStat=SP.POP.65UP.TO.ZS&codePays=JPN&codeTheme=1>

un partenaire normatif. Et ce n'est pas uniquement le taux de célibat qui augmente (60% des femmes dans la vingtaine et 70% des hommes étant concernés en 2016), la communication se réduit également de plus en plus à des interactions entre personnes du même genre (Endo 2018 : 18).

Les femmes valorisent ainsi davantage une indépendance économique et un certain style de vie qu'elles ne pourraient pas conserver en se mariant. Dans les années 1990, chez les jeunes, cela s'était déjà manifesté avec la naissance du controversé *enjo kousai* ou « accompagnement », impliquant lycéennes et hommes d'âge moyen (bien que la prostitution en elle-même soit loin d'être nouvelle). La pratique est certainement révélatrice des changements rapides de l'époque. Avec l'effondrement des cadres sociaux et la perte de pouvoir des figures d'autorité (car dans le modèle confucéen, les mères et enfants obéissent au mari et père... mais quand celui-ci perd sa stature, qui le respecte donc ?), l'*enjo kousai* exprime des tendances opposées. D'un côté, on peut y voir une sorte de libération féminine, à l'encontre de la société qui attend des femmes qu'elles soient passives et humbles, et à celle de la figure du père qui « transmet » ensuite une jeune femme pure à un mari, par ce qui serait donc une réaffirmation d'une identité individuelle et sexuelle. De l'autre, on ne peut nier, dès lors que le mouvement s'éloigne de l'accompagnement originel pour se tourner vers la prostitution, que cette consommation du corps des jeunes filles, nouvelle commodité, infiltre le capitalisme dans les corps et ne s'affranchit finalement pas de la consommation masculine. L'occupation est rémunératrice cependant, suffisamment même pour que des business dans le domaine et ses annexes fleurissent, à contre-courant de la tendance économique. Ironiquement, la pratique participe au redressement du Japon, tout en plaçant les adolescentes comme consommatrices et biens de consommation sur le marché (Reisel 2017 ; Yang 2020).

Les années 1990 prennent un tour plus sombre encore avec la série d'incidents qui caractérise leur seconde moitié, parmi lesquels le mémorable séisme de magnitude 7 à Kobe, l'attaque au gaz sarin orchestrée par la secte Aum Shinrikyô, qui sera responsable de la mort de 12 personnes et des blessures de 6000 autres en 1995, et les meurtres de Kobe en 1997 (Iida 2000). Les deux catastrophes sociales sont révélatrices du climat perturbateur de l'époque et d'une quête de « sens » parmi la population. Dans le cas de la secte Aum Shinrikyô, par exemple, certains membres expliquent avoir rejoint le mouvement à la recherche de moyens de combler un manque émotionnel, et d'une possibilité de se développer dans un espace protégé du monde réel au sein

duquel ils avaient l'impression d'avoir échoué (Ibid.: 441). Le culte était également attractif par le rassemblement communautaire et idéologique qu'il offrait, envisagé comme une substitution potentielle à une famille en désintégration.

Cette recherche de soi et de repères dans la société définit aussi la série de meurtres de Kobe. En 1997, un garçon de 14 ans, issu de la classe moyenne, est arrêté pour tentative de meurtre sur mineurs, dont deux sont déjà accomplis. L'« incident », tel qu'il sera souvent nommé, n'est pas sans rappeler les actions du « tueur otaku » près de dix ans auparavant, qui avait secoué la nation, et répandu l'association malheureuse entre *otaku* (un individu à l'intérêt passionné pour quelque chose, souvent des produits de la culture populaire) et dérive perverse (Ibid.: 428). Les meurtres de 1997, commis par un jeune adolescent, font la une des journaux de par leur caractère glaçant, calculé et moqueur, puisque le collégien responsable communique avant son arrestation par lettres à la police et aux journaux, entamant avec eux un « jeu » du chat et de la souris. Les entrées de son journal dévoilent chez lui une période de crise et de doute identitaire, un état anxieux peut-être, mais aucune cause qui puisse vraiment expliquer ses actions, si ce n'est une difficulté à entrer en connexion avec le monde. On retrouve des tendances similaires chez les membres d'Aum, qui permettent de replacer dans le contexte agité des années 1990 ces explosions de violence, qui de fait, prendront encore d'autres formes dans les années 2000⁷ lorsque la crise initiale, au lieu d'arriver à une résolution, demeure et ajoute au marasme social.

1.1.4 La recherche d'un réconfort

Il n'est alors pas surprenant qu'un besoin de « cicatrisation » émerge, sous différentes formes, moins dangereuses et arbitraires que les précédentes, à une époque où l'individualisme, et le revers de solitude qui l'accompagne souvent, se démocratisent dans les sociétés post-industrielles. Ce besoin ne s'oriente pas nécessairement vers d'autres êtres humains. Bien sûr, l'arrivée d'Internet et des réseaux sociaux offre de nouvelles possibilités de connexions (bien qu'elles n'indiquent en rien une solidité du lien établi), mais les années 1990 et 2000 ont aussi vu le développement de liens ontologiques avec des non-humains.

⁷ Les années 2000 sont notables par l'augmentation des meurtres-suicides qui témoignent encore de la déliquescence et de la paupérisation de la structure familiale.

Le développement des cat cafés au Japon en est une illustration flagrante. Le *neko kafe* boom atteint en effet son apogée en 2009, après un premier essai à Osaka en 2004 (Allison 2013 ; Plourde 2014). C'est à Taipei, Taiwan, en 1998, que le premier service de ce genre voit le jour avant de gagner en popularité au Japon puis dans d'autres pays, d'Europe notamment. On compte aujourd'hui près d'une centaine de cafés dédiés aux chats au Japon, mais bien d'autres existent, avec des animaux plus ou moins exotiques comme les hérissons ou capybaras, ce qui montre que l'intérêt plus large pour les cafés « à animaux » est bien présent. La popularité des chats en particulier est explicable par plusieurs facteurs. Déjà, en termes d'espace et de possibilité d'habitation, il n'est pas toujours possible d'avoir un animal chez soi au Japon. La question du temps qu'on pourrait consacrer à ce compagnon se pose aussi si l'on vit seul et qu'on a un travail prenant. Mais les chats demeurent des animaux appréciés des Japonais, et un antistress reconnu. Tous les clients des bars à chats ne correspondent pas à ce profil cependant. Outre les occasionnels touristes étrangers, certains réguliers ont parfois déjà un animal chez eux. C'est donc que le lieu de « consommation » lui-même a un intérêt intrinsèque. Le contact avec les animaux est généralement perçu comme apaisant, et même en quelque sorte « médicinal », ce que les Japonais qualifient d'*iyashi*. Quant à la structure du cat café, elle est souvent aménagée comme un espace relaxant, à l'apparence similaire à l'intérieur d'un « chez soi », où il est possible de lire, dormir, apprécier une boisson et bien sûr observer les chats et interagir avec eux (Plourde 2014 : 121). Les clients cependant ne cherchent pas à établir de liens avec les autres personnes présentes et dirigent leurs besoins affectifs et sociaux vers les félins, dans un espace qui joue avec les limites des domaines public et privé.

Ces cafés ne sont pas sans rappeler les hosts clubs qui réifient également le contact, cette fois à d'autres humains, en offrant une illusion d'intimité et de connexion aux personnes qui les recherchent (et ont les moyens de s'offrir un tel service) (Ibid.: 127). Ils s'inscrivent dans une tendance plus large de perte de contact humain et relations sociales, compensée par l'apparition de structures commerciales qui pourvoient à ces besoins. On peut mentionner dans la même vague la démocratisation des « pet robots », déclinés en plusieurs types, pour les utilisateurs lambda ou les personnes vulnérables (Allison 2013 : 102). Le robot thérapeutique Paro, qui ressemble à un bébé phoque en peluche, en est un exemple, utilisé dans les hôpitaux et avec les personnes âgées.

Continuant sur la voie des « non-humains » et de leur rôle croissant dans le domaine de l'affect, on peut considérer la tendance du Cool Japan comme s'inscrivant dans cette vague de recherche

identitaire et affective⁸. Après tout, les années 1990 sont également celles de l'intensification de la production d'anime, entre autres produits, et de leur diffusion accrue à l'international. Le Cool Japan, et plus largement la culture populaire de laquelle il est issu, englobe cependant bien plus que les films et séries d'animation, qui appartiennent à un monde où s'inscrivent manga, jeux vidéo, musique, films, gadgets et accessoires, communiquant entre eux. Alors que la crise infiltre l'Archipel d'une manière qui semble « totale » et entame sa confiance en s'attaquant directement aux piliers de son identité, le développement et la popularité internationale de la culture populaire offrent une ancre à laquelle se raccrocher. Il faut certainement se pencher sur le phénomène et les circonstances de son apparition.

1.2 La réinvention nippone

Nous voulons étudier dans cette seconde partie la culture populaire japonaise qui déferle maintenant depuis trois décennies sur le reste du monde, l'abreuvant d'images du Japon. Le phénomène est lié à celui du « Cool Japan », slogan incontournable adopté par le gouvernement, mais ne s'y restreint pas. En abordant cette forme de *soft power* qui revalorise l'Archipel sur la scène internationale, nous serons amenés à discuter de l'identité japonaise, des formes qu'elle a pu prendre et du rôle qu'elle joue vis-à-vis des œuvres, concepts et objets en circulation. Cette identité, comme celles de nombreux autres pays, s'avère à la fois simple et complexe à définir, en ce qu'elle est en constante création et pourtant toujours ramenée à certains mythes dont il est difficile de se défaire. En abordant sa relation à la culture populaire - une culture qui, comme son nom l'indique, est appréciée par une majorité mais qui au Japon a en plus la caractéristique d'être une culture de masse et une culture médiatique - nous serons amenés à examiner la popularité d'un genre nouveau dont bénéficie le Japon. Nous pourrions alors nous demander si cette popularité, alors qu'elle contribue à son rétablissement et son affirmation, tant international que national, est réellement tournée vers le pays et les caractéristiques qui lui sont propres... ou vers une forme de consommation plus « pure » qui se soucie moins de l'origine que du produit, remettant alors en cause l'exaltation médiatique et gouvernementale japonaise à son égard.

⁸ Ce que la secte Aum illustre très bien puisqu'elle tire de la culture populaire une partie de ses croyances et développe à son tour ses propres produits sous la forme de manga et anime, attirant ainsi de nouveaux adeptes.

1.2.1 Le développement et les enjeux du Cool Japan

1.2.1.1 Définition du phénomène

Qu'est-ce que le Cool Japan ? C'est d'abord un concept en circulation depuis 2002, quand sort l'article de Douglas McGray, intitulé « Japan's Gross National Cool ». Dedans, il décrit le succès que connaissent les produits japonais à l'étranger, un succès qui tourne notamment autour de la culture populaire et qui s'avère grandissant. Il explique alors que cette popularité « nouvelle » du Japon a des conséquences positives non seulement sur son économie mais sur l'image globale du pays, ce qui a également le potentiel de renforcer sa présence sur la scène politique en tant que superpuissance culturelle (Valaskivi 2013). Cet intérêt renouvelé pour le Japon, déjà présent au XIXe siècle, prend paradoxalement place à une période difficile, celle de la crise des années 1990. L'Archipel souffre de la déflation, du vieillissement de sa société, de la déliquescence des piliers qui constituaient son identité depuis la fin de la guerre et de l'émergence d'une multitude de phénomènes sociaux qui le déstabilisent et que nous avons tenté de décrire précédemment. C'est donc à son insu en quelque sorte, alors qu'il travaille à son propre redressement, qu'il devient populaire et « cool » aux yeux du reste du monde, notamment grâce au succès de la franchise Mario Bros., et de Pokémon, comme jeux et dessins animés, qui ont conquis le marché américain (Carlson 2020). Le gouvernement, en constatant le potentiel de la tendance, décide de l'encourager. Le nouveau Japon s'oriente donc vers l'exportation de son image et de son identité, misant sur ce *soft power* inattendu (Yano 2013). La nation va alors compter sur sa différence, son unicité, ses valeurs « japonaises » et se commercialiser en ce sens ; le Cool Japan est ainsi rapidement associé à un genre de nationalisme culturel gouvernemental, quand bien même il serait « doux » et non pas agressif (Saito 2013 : 37). Le Japon, décrit précédemment comme une « entreprise » (le fameux Japan, Inc.), devient ainsi une « marque » à diffuser, à l'image du slogan « Cool Britain » dont il s'inspire. Dès 2004, le ministère des Affaires Étrangères (MOFA) met en place le « Japan Brand Strategy » et la diplomatie culturelle se développe pour « répandre proactivement les charmes du Japon à l'étranger sous une stratégie de marque et améliorer l'image du Japon »⁹ (MOFA, 2005, p.214 dans Carlson 2020 : 241). Cette stratégie de marketing n'est pas seulement tournée vers l'extérieur. Elle est aussi un outil permettant de redonner du sens au Japon et une sécurité

⁹ Ma traduction, de l'original : “spread proactively Japan's charms abroad under a branding strategy and improve Japan's image”.

identitaire, économique, politique... à son peuple. En effet, le *Japan as number one* ne s'est jamais réalisé et la position de deuxième puissance économique mondiale du pays se voit menacer par la croissance de la Chine, rivale de « toujours », jusqu'à être effectivement perdue en 2010. On s'éloigne ainsi de la diffusion habituelle de la culture japonaise qui se limitait alors à la haute culture (kabuki, cérémonie du thé, arrangement floral...) bien qu'on espère la populariser elle aussi par ce nouveau biais (Ibid.).

1.2.1.2 Diffusion et formes

Cette culture populaire, dont fait partie le Cool Japan, prend de multiples formes. Bien sûr, le manga en fait partie et en est même un aspect central, les anime en sont aussi et dominant à l'étranger, tout comme les jeux vidéo, mais ces éléments ne sont que la partie la plus connue d'un ensemble beaucoup plus vaste. À l'intérieur de celui-ci, on compte encore les dramas télévisés, gadgets mignons (porte-clés, gacha, etc.), le cosplay, et plus largement la mode vestimentaire japonaise avec Harajuku toujours à l'avant-garde. On peut encore ajouter à cette liste la musique et particulièrement la J-pop dont les chanteurs, et surtout les idoles, séduisent les foules (Iwabuchi 2002)... Autant d'éléments accrocheurs pour séduire le grand public, dont la « fièvre » pour les productions nippones s'empare encore d'autres éléments : le tourisme national et international augmente, certains aspects plus traditionnels de la culture nipponne sont remis au goût du jour, et la nourriture en particulier trouve sa place dans le mouvement. Le thé vert japonais matcha est ainsi plus populaire que jamais, de même que les sushis, dont la consommation est directement liée à la diffusion du Cool Japan et des discours qui y sont associés (Valiskivi 2013 : 4).

Les concepts japonais sont également repris, à commencer par celui de *kawaii* (grossièrement « mignon, adorable, sans défense ») qui s'inscrit pleinement dans le Cool Japan, mais aussi de *zen*, relocalisé à divers endroits et complètement décontextualisé, ou encore d'*omotenashi* (Yano 2013 ; Valaskivi 2013 ; Carlson 2020). Ce dernier terme est particulièrement intéressant, car, au contraire des deux autres, dont les autres pays se sont plus ou moins emparés d'eux-mêmes, il semble avoir été pensé spécifiquement pour attirer les touristes étrangers. L'*omotenashi*, c'est le sens de l'hospitalité. S'il est bien connecté à des traits japonais « anciens » qui justifient d'une longue tradition, il est surtout pensé pour suggérer que le Japon est une destination qui prend soin de ses visiteurs (en vue des Jeux olympiques notamment), ce qui s'aligne avec les discours déjà en circulation et les actions du gouvernement (Carlson 2020).

Il faut dire que ce dernier met en place une variété de dispositifs pour faire fructifier le mouvement. En 2006, il fait du duo pop rock féminin *Puffy AmiYumi* des ambassadrices du Japon auprès des Américains, suivant la lancée d'un dessin animé deux ans plus tôt intitulé « Hi Hi Puffy AmiYumi » qui s'exporte dans plus de 110 pays et fait un carton aux États-Unis. Avec le slogan « Come see our Cool Japan », le duo est chargé de promouvoir la culture japonaise dans le cadre d'une campagne appelée « Visit Japan ». En 2008, le gouvernement va plus loin en créant la position d'ambassadeur anime, qu'il attribue aux célèbres Hello Kitty et Doraemon lors d'une cérémonie à Tokyo. La mascotte du petit robot bleu, à qui on confie la mission de faire comprendre le Japon aux citoyens d'autres pays pour renforcer leurs liens d'amitié, répond « À travers mes dessins animés, j'espère transmettre aux personnes de l'étranger ce que les Japonais ordinaires pensent, nos styles de vie et quel genre de futur nous voulons construire »¹⁰¹¹ (Yano 2013 : 258). L'année suivante, on crée la position d'ambassadeur du *kawaii*, que les modèles Aoki Misako, Kimura Yu et Fujioka Shizuka sont les premières à occuper. Elles participent ensemble à plus de 200 événements à travers le monde (Ibid.). Tout cela s'ajoute à d'autres mascottes iconiques, telles Pikachu ou Naruto pour en nommer deux.

On peut encore mentionner l'implication des dirigeants japonais dans cette promotion. Ainsi, en 2008, Asô Tarô, alors Premier ministre, déclare être un *otaku*, en ligne avec sa politique diplomatique. Il est à l'origine des « ambassadeurs anime », inaugure également un prix, le « Manga Nobel », à destination des auteurs étrangers. Le World Cosplay Summit, créé en 2003 et situé dans la ville de Nagoya reçoit également depuis 2006 le soutien du MOFA et depuis 2008 celui du ministère de l'Économie, du Commerce et de l'Industrie (METI) (Valaskivi 2013 : 10). En 2013, le Cool Japan Fund Inc. est officiellement établi, et la promotion prend l'année suivante encore plus d'ampleur avec la dissémination des programmes télévisés japonais en Asie, et du *monozukuri* dans le reste du monde sous la forme d'objets et designs (le terme signifiant littéralement « fabriquer des choses »). Les efforts gouvernementaux dans la promotion de la culture populaire sont donc conséquents. Et Abe Shinzo, à son tour à la tête du pays jusqu'en 2020, continue dans la même lignée. Un effort qu'il a notamment illustré lors des Jeux olympiques de

¹⁰ “Through my cartoons, I hope to convey to people abroad what ordinary Japanese people think, our lifestyles and what kind of future we want to build.”

¹¹ Cette réponse, nous y reviendrons plus tard, car elle mérite qu'on s'y attarde.

Rio, décidant d'apparaître émergeant d'un tuyau vert, en salopette et chapeau rouge, à l'image du célèbre Mario (Carlson 2020 : 240).

1.2.1.3 Les enjeux du « nation branding »

Le « nation branding », ou le fait de commercialiser un pays, ce que fait activement le gouvernement japonais, a des conséquences sur l'imaginaire social qui y est lié. Pour reprendre Taylor, apposer une étiquette spécifique sur une nation, à l'origine le fait de quelques personnes, peut éventuellement infiltrer l'imaginaire social du pays et du reste du monde, dans un sens comme dans l'autre (Taylor 2002, p.106 dans Valaskivi 2013 : 2). Cet imaginaire va se répandre avec la circulation des produits et idées qui y sont associés, faisant son chemin au sein des conceptions de chacun. Il va alors avoir un impact sur les représentations individuelles et collectives, touchant à des concepts abstraits comme des valeurs aussi bien qu'à des personnes ou pratiques réelles. C'est par cette circulation que les communautés se forment et se renforcent.

En ce sens, l'imaginaire social crée la société, décide de ce qu'elle est et de qui en fait partie. En commercialisant un pays, on cherche à tracer les limites de ce qui lui appartient et fait de lui une entité unique, séparée des autres. Ce faisant, on influence activement ses représentations et ses représentants. Le Cool Japan, dont les intérêts sont politiques, économiques, sociaux ou encore culturels est donc une façon pour le gouvernement de contrôler l'image que renvoie le pays, validée par l'appréciation étrangère qui, tout comme un miroir, reflète et valorise le contenu qui lui est transmis. Il permet aussi d'aseptiser certaines des formes de culture populaire en circulation, et de redéfinir une identité nationale « perdue » au moment de l'éclatement de la bulle, quitte à exclure certaines personnes dont les « pensées, styles de vie ou le futur désiré » (pour reprendre le fameux discours de notre ambassadeur Doraemon) ne correspondent pas à celui que le gouvernement envisage pour les « Japonais ordinaires ». Pour citer Carlson (2020 : 251) :

« Cool Japan is used by government ministries as an opportunity to “edit knowledge” about Japanese culture (The Cabinet Office of Japan, 2018a; see also METI, 2012a, p. 19), to reconnect cool commodities to a “forgotten Japan” (wasurerareta nihon)—geisha, kimono, flower arranging, and Taisho era folk songs—from which they are presumed to emerge (The Cabinet Office of Japan, 2018a) »

1.2.2 L'épineuse question de l'identité japonaise

1.2.2.1 L'Occident comme miroir

Le Cool Japan permet donc le remodelage de l'identité japonaise par les gains économiques qu'il entraîne mais aussi la valeur politique, culturelle et sociale que possède son contenu qui n'est pas aussi inoffensif qu'il en a l'air. Cette réinvention du pays n'est pas la première cependant. Il ne faut pas oublier en effet que le Japon, en tant qu'État-nation, s'est constitué en réponse à la menace occidentale au XIXe siècle et qu'il existe donc en relation avec l'Occident, qui l'a poussé plusieurs fois à se repositionner.

À la fin de la période d'isolement du pays, ouvert de force sous le contrôle du commodore Matthew Perry, le Japon a effectivement tenté de se constituer une première fois en tant que puissance mondiale égale aux grands de l'époque. À ce moment-là, le pays a une double mission : restaurer le règne de son empereur et sa fierté nationale, qui passe en parallèle par une modernisation sur le modèle occidental pour se faire une place parmi les autres nations et ne pas devenir leur vassal (Arlt 2006 : 200). La conférence de Washington en 1922 témoigne d'une réussite mitigée. Le deuxième essai de l'affirmation nipponne est le plus tristement connu puisqu'il s'agit du tournant ultranationaliste et militaire (à l'image de l'Allemagne notamment) qui conduit le Japon à envahir la majorité de l'Asie de l'Est pour créer une « sphère de coprosperité de la Grande Asie orientale » sous sa domination. Il prend tragiquement fin avec les bombardements atomiques sur les villes d'Hiroshima et Nagasaki, alors que l'article 9 de la constitution japonaise de 1946 achève de rendre le pays « particulier » en stipulant son renoncement à la guerre et la suppression de son armée et marine (bien qu'il ait de fait aujourd'hui une armée défensive). Le dernier « échec » à caractériser l'identité japonaise enfin est celui de l'après-guerre, quand le Japon, s'inspirant des États-Unis, tente de se construire en tant que plus grande puissance économique, un rêve qui prend fin à l'éclatement de la bulle.

Trois fois le Japon a-t-il donc essayé de se réinventer sur le modèle de l'Occident, et trois fois a-t-il connu un succès relatif, voire un échec retentissant dans cette entreprise. La diffusion de sa culture populaire est certainement une nouvelle tentative d'affirmation identitaire et politique. La différence cependant est notable. Cette fois, le Japon n'est pas cet « Autre » cherchant à ressembler

à l'Occident. Il insiste sur des caractéristiques qui lui sont « propres » pour se rétablir sur la scène internationale, renversant de fait la relation, sans s'en départir toutefois.

Certains discours et tendances dans l'Archipel sont révélateurs de cette idée que l'importance du Japon, aux yeux mêmes de sa population, dépend du poids du regard de son observateur. (Valaskivi 2013 : 13). L'*ukiyo-e* est un exemple. À l'origine, ces estampes populaires étaient produites en masse et donc à faible coût, et servaient d'outils de divertissement et promotion pour présenter acteurs, pièces de théâtre et autres produits. Il faut attendre l'arrivée des Occidentaux et l'expression de leur intérêt pour que les estampes gagnent en prestige et que leur production soit érigée au rang d'art... De la même manière, ce n'est qu'une fois la curiosité et la demande pour ses produits de la culture populaire certains que le Japon change de discours sur eux au début des années 2000. Voyant leur popularité croître et les retours positifs au Japon et à l'étranger, le gouvernement décide finalement de se positionner vis-à-vis de cette culture. Sous couvert de « nation branding », cette industrie florissante des biens et services va alors réinscrire une forme de nationalisme à plus grande échelle, qui inclut les discours du *nihonjinron*, renforçant l'idée d'une identité japonaise mono-ethnique unique, fondée sur « un même peuple, une même culture ». Ce qui est notable cependant, c'est que cette stratégie conduit à une « auto-orientalisation » du Japon qui compte (encore une fois) sur le regard occidental pour s'épanouir (Lu 2008).

1.2.2.2 Orientalisme et auto-orientalisme

L'Archipel a effectivement connu plusieurs phases d'orientalisation : d'abord, suivant une définition traditionnelle du terme, à son ouverture forcée par les États-Unis, qui met fin à une période de relatif isolement, le *sakoku* (1650–1842) (Lie 2000 : 85) ; puis, de sa propre volonté, avec les années 1931 à 1935, caractérisées par un militarisme insistant sur « l'esprit japonais » ; dans les années 1980 ensuite, avec le « techno-orientalisme » (Iwabuchi 2002 ; Paulk 2011) ; et finalement, de son propre chef encore, avec le Cool Japan des années 2000.

La première phase est évidente en ce qu'elle suit la définition d'Edward Saïd. L'Occident à l'Ouest est moderne, le Japon, à l'Est, féodal. Le premier se perçoit comme la norme, ce qui rend le second, par définition, atypique et exotique. Plus encore, il y a une idée de subordination de l'Orient à l'Occident. Par cette relation de pouvoir, l'Orient, écrit Saïd, peut être *rendu* oriental par son infériorité, qui l'inféode (Paulk 2011 : 480). De cette façon, l'Occident se définit et se renforce par la création d'un Autre, sous son contrôle.

Lors de la deuxième phase, le Japon se fait agent de cette orientalisation. Il va alors exploiter ses valeurs dites « traditionnelles » qu'il mettra au service d'une expansion militaire visant à faire de lui un adversaire invincible face aux pays occidentaux. Les victoires contre les forces américaines, anglaises et néerlandaises, à Hong Kong et en Asie du Sud-Est en 1941 et 1942, sont alors utilisées comme preuve de la supériorité des valeurs japonaises, lesquelles doivent s'imposer à toute l'Asie orientale. L'échec de cette politique militariste expansionniste ne sera pas sans conséquence dans la définition identitaire du pays. Sa défaite, et son occupation militaire subséquente par les États-Unis, conduisent à des changements tant politiques, qu'économiques, sociaux et culturels au sein de l'Archipel.

Cependant, dans les années 1980, le Japon est en plein miracle économique et son développement à bien des égards le place à égalité avec (si ce n'est devant) les États-Unis. Difficile de concevoir encore le pays comme oriental au sens premier du terme quand ses avancées technologiques sont fulgurantes et synonymes de modernité. Bien sûr, cela ébranle l'équilibre traditionnel entre Est et Ouest, subordonnés et puissants, chacun n'existant que grâce à l'autre. C'est ainsi que naît un nouveau terme, celui de « techno-orientalisme ». D'un côté, il reconnaît la puissance nouvelle du Japon sur la scène internationale. De l'autre, il réaffirme la différence entre l'Archipel et les autres pays occidentaux. Le « techno-orientalisme » exoticiise les produits japonais, les transforme en réitérations modernes d'objets et concepts anciens (le pachinko et les jeux d'ordinateurs deviennent ainsi des réactualisations du zen et du kabuki (Ibid.: 481)), et la « menace » japonaise n'en est plus une. Les avancements du pays sont replacés dans un contexte prémoderne dépaysant, ce qui ajoute à son caractère mystérieux et unique. À un autre niveau, la supériorité technologique japonaise est attribuée au caractère mécanique de sa population, perçue comme robotique et sans individualité (en référence aux longues heures de travail et à la persévérance des employés) (Iwabuchi 2002 : 450). C'est donc un moyen pour l'Occident de reconnaître les avancées japonaises, tout en neutralisant la menace qu'elles représentent par l'isolement de la nation au nom de son « particularisme ». C'est ainsi que le Japon s'était déjà justement constitué, sur la base d'une exceptionnalité qui le séparait de l'Asie et le rapprochait des pays de l'Ouest, sans qu'il en fasse partie complètement. Il formait alors un « pont » entre les deux.

C'est en partant de ce principe d'exceptionnalisme que le pays « s'orientalise » de lui-même dans un quatrième temps. Le phénomène est visible avec le *nihonjinron*, discours sur la « japonité »,

très populaire (Lie 2000 ; Arlt 2006 ; Tomos 2013). Les idées que ce concept implique se déclinent sous la forme de nombreux livres et émissions qui maintiennent ce mythe particulariste, lequel est maintenant intégré également dans le nationalisme culturel que la culture populaire est amenée à véhiculer. Un mythe, parce qu'en effet les caractéristiques défendues sont rarement uniques au Japon, et même en fait souvent communes à l'Asie de l'Est voire à toutes les cultures (Lie 2000 : 84). Un mythe encore parce qu'elles font remonter à des origines anciennes certains aspects récents de la culture japonaise et surtout qu'elles généralisent énormément sur une base idéologique qui exclut de fait une partie importante de la population (pourtant japonaise). Le *nihonjinron*, qui se traduisait déjà par des centaines de livres entre 1946 et 1978, et plus encore depuis, ce qui en fait un objet de consommation de masse, reproduit en fait l'orientalisme dont a souffert le Japon précédemment (Ibid.: 83). Seulement, la production est domestique cette fois et donc en quelque sorte inversée. Le Japon « s'auto-orientalise » en même temps qu'il occidentalise l'Ouest. Ce faisant, il défend la différence du peuple japonais et de sa culture par rapport au reste du monde.

1.2.2.3 Les mythes du *Nihonjinron*

Il est commun d'assimiler le fait d'être Japonais à un ensemble qui regroupe race, ethnicité, culture et territoire, autant d'éléments liés entre eux par le sang, qui est le premier critère de « japonité » (le droit du sang est d'ailleurs à la base de la citoyenneté japonaise, et non le droit du sol, à l'exception d'enfants nés de parents inconnus) (Kondo 2016). Vient ensuite le développement de la culture comme élément central de l'identité japonaise, ce qui implique le domaine linguistique, un ensemble de traditions, mais aussi des façons d'être et d'agir, étiquetées comme japonaises. Ces caractéristiques, le *nihonjinron*, qui est un ensemble d'idéologies développées au XVIII et XIXe siècles, de retour sur la scène médiatique depuis les années 1960, en fait l'inventaire, entretenant de la sorte certains mythes identitaires (Lie 2000 ; Tomos 2013 ; McLelland 2017). Il insiste ainsi sur l'existence de critères biologiques, culturels et linguistiques uniques au peuple japonais. Par ce biais, il réaffirme au centre de l'identité japonaise une homogénéité ethnique et culturelle. La littérature consacrée au sujet est fournie et a une approche holistique qui s'étend à tous les domaines : architecture, gastronomie, philosophie, sociologie... Tout participe à former une réflexion sur l'identité nationale. Ces discours idéologiques tendent, de fait, à exclure un certain nombre de Japonais de leur définition étroite¹². En même temps, ils tracent une ligne claire entre le Japon et

¹² Les Aïnou, Zainichi Kankokujin ou encore Hafu pour en nommer quelques-uns sur lesquels nous reviendrons.

les autres nations, qui alimente d'autant plus pour le pays l'idée et le besoin d'être uni et homogène.

Le mythe de l'homogénéité remonte notamment à la période de fermeture du pays, qui aurait ainsi formé et solidifié son identité, puisqu'au même moment les différents fiefs sont unifiés sous contrôle shogunal et que les routes de circulation se développent. L'idée est bien sûr à nuancer. Pour commencer, cette fermeture est partielle, puisque les marchands étrangers (néerlandais et coréens) continuent à visiter le Japon et commercer avec lui, sur l'île de Dejima. Ensuite, des distinctions de classe portant le nom de *shinôkôshô* sont établies pour contrôler le peuple. Cette hiérarchie divise alors les samurai (*shi*), des fermiers (*nô*), artisans (*kô*) et marchands (*shô*), marginalisant en parallèle les autres professions, parfois héréditairement. Dans le cas des *eta* et *hinin* (« personnes polluées » et « non-humains »), les effets de cette marginalisation se font encore sentir, malgré la disparition officielle de ces catégories, rassemblées sous le nom de *burakumin*, une minorité importante et pourtant ignorée au Japon (Robertson 2002). Même la « grande classe moyenne » des années de haute croissance a alors toujours comporté des différences socio-économiques. Or, depuis la crise des années 1990, elle n'existe plus non plus, ce qui ajoute encore de nouvelles divisions de classes à celles précédemment établies. Le mythe du Japon mono-ethnique est plus encore mis en danger par la mondialisation qui a contribué à la création d'une diaspora japonaise à l'étranger, l'arrivée de personnes d'origines diverses en territoire japonais, la naissance d'enfants métissés, etc.

Le discours de l'homogénéité ethnique, malgré la présence de diversité sur le sol japonais, et les efforts académiques et militants, demeure pourtant bien ancré dans les mémoires collectives. L'isomorphisme entre État, nation et ethnicité est si puissant que la plupart des Japonais, même ceux en faveur de l'ouverture du pays à plus d'étrangers, ne sont pas conscients de la présence de ceux qui se trouvent déjà sur le territoire, à jamais considérés comme « visiteurs temporaires » dans les esprits (Carlson 2020 : 250). Quant aux autres, ceux qui aimeraient préserver le Japon et sa culture, ils voient les additions potentielles comme porteuses de risques, de bouleversements, voire de « pollution » d'un ensemble homogène que la nouveauté met en danger (Lie 2000 : 81). Le problème est que, comme on l'a vu, les caractéristiques défendues au nom de la « japonité » sont souvent communes à d'autres pays asiatiques, voire globalement partagées. On peut alors se

demander ce qui est considéré comme Japonais, et si ces éléments sont présents dans les produits de la culture populaire exportée.

1.2.3 Fierté japonaise et *mukokuseki*

1.2.3.1 Les influences multiples du développement japonais

En effet, les origines des manga, des jeux vidéo et des anime (sur lesquels nous serons amenés à nous étendre dans le prochain chapitre), les exportations les plus consommées, sont loin d'être exclusivement japonaises. On ne peut ignorer l'impact que Disney a pu avoir sur Tezuka Osamu, le père du manga, ni l'influence des *comics* américains sur le médium, qui à son tour sert d'inspiration pour les anime dont un grand nombre (jusqu'à 90% à une époque !) sont des adaptations (Tomos 2013 : 18). Les États-Unis furent également un modèle dans l'industrie du jeu vidéo, Nintendo s'établissant sur un marché créé par les précurseurs de sa NES (Nintendo Entertainment System) dès 1985 (Carlson 2020 : 240). L'entreprise japonaise sauve alors une industrie en faillite qu'elle révolutionne, en parallèle de la sortie du premier jeu de sa franchise la plus connue : Super Mario Bros.

Si le Japon ancien s'inspire énormément de ses voisins, la Chine et la Corée, celui plus récent, en particulier aux XIX et XXe siècle, a son regard tourné vers l'Europe et les États-Unis. D'une certaine façon, cela a encore une influence sur le sens identitaire japonais. Nous avons mentionné précédemment le sentiment répandu d'appartenir à une « classe moyenne » parmi la population (Lie 2000 ; Bernier 2013). Ce que nous n'avons pas dit toutefois, c'est que ce sentiment n'a pas pour seul socle une évaluation en interne du peuple japonais mais qu'il se base aussi sur une perception du Japon, par rapport aux autres pays, comme se situant dans une strate intermédiaire. En d'autres mots, le Japon serait un pays de classe moyenne. L'assimilation entre classe et nation, par contraste, donne une image relativement pauvre de la plupart des nations asiatiques à la fin du siècle dernier et peut-être même encore aujourd'hui. Les travailleurs étrangers venant au Japon sont ainsi considérés comme appartenant à une classe inférieure, à moins qu'il ne s'agisse de Nord-Américains et Européens blancs (Lie 2000 : 70).

Dans un tel schéma de pensée, ces derniers forment la classe supérieure dont le Japon s'inspire. Les exemples de la supériorité culturelle de ces nations et de leurs peuples dans l'imaginaire

japonais sont nombreux. Quand il est question des « classiques » par exemple, quantité de Japonais sont familiers avec les grands auteurs et compositeurs allemands, français, russes (Ibid.: 76) ; que beaucoup écoutent et lisent, dans ce qu'on peut voir comme une extension de la politique de Meiji et son slogan « *wakon yousai* » : « esprit japonais, technologie occidentale » dont la portée a de loin dépassé les seuls domaines techniques puisque les institutions politiques, militaires, éducationnelles... ont été remodelées suivant cette injonction (Ibid.: 75). Cette admiration pour l'Europe et les États-Unis est encore plus flagrante dans le domaine publicitaire où les modèles et acteurs blancs sont légion, ce qui révèle d'une certaine façon un complexe d'infériorité japonais qui n'a pas complètement disparu et que Miyazaki Hayao, créateur de manga et films d'animation, résume en disant que « les Japonais détestent leur propre visage » (Napier 2005 : 25), raison pour laquelle tant d'artistes représenteraient des personnages dont l'apparence physique est rarement évocatrice du Japon. Cette déclaration, il n'est pas le seul à la faire puisque Sato en 2003 déclare : « le sens de la haine de soi profondément enraciné des Japonais s'étend même à leurs propres traits ethniques »¹³ (Sato 2003, dans Lu 2008 : 172).

1.2.3.2 La question du *mukokuseki*

Cela nous amène à discuter de la question du *mukokuseki*, qui s'avère centrale à cette recherche. Le *mukokuseki*, qui signifie « sans nationalité », est un moyen d'effacer le caractère national d'une production (Napier 2005 ; Tomos 2013 ; Yano 2013 ; Aranda 2020). Le concept est utilisé pour la première fois durant l'après-guerre, à une époque où le « Made in Japan » est synonyme de biens de mauvaise qualité. Le but est alors, pour attirer les consommateurs des pays occidentaux, qui sont des modèles dans le domaine de la production, d'effacer « l'odeur » culturelle des produits pour pouvoir les vendre le plus largement possible. L'électronique est le premier domaine concerné, suivant l'idée selon laquelle la technologie est « neutre » ; un domaine auquel appartiennent jeux vidéo et anime (Yano 2013 : 16). Par le *mukokuseki*, on cherche à rendre, sinon invisibles, inaperçus les aspects nationaux d'un produit, ce qui implique également de tenter de le faire se conformer au regard dominant. Un regard qui, dans les sociétés contemporaines, est souvent celui d'hommes, blancs, hétérosexuels et issus de la classe moyenne (Ibid.: 18).

¹³ "Sato (2003) speculated that it is the result of 'the Japanese people's deeply entrenched sense of self-loathing, extending even to their own ethnic traits'."

En ce sens, le Cool Japan, qui repose sur le caractère unique de la nation, comparée à d'autres, ne s'inscrit officiellement pas dans le courant du *mukokuseki*. Bien au contraire il est une réinscription des caractéristiques nationales au vu et au su de tous... Mais Iwabuchi insiste encore sur une autre caractéristique japonaise, celle de « l'hybridation stratégique » de la culture visuelle, pas seulement dans la culture populaire mais dans la vie quotidienne aussi (Aranda 2020 : 52). Cette hybridation est le résultat d'un long processus historique au cours duquel le Japon « imagine, adapte et domestique » ce qui vient d'autres nations¹⁴. À terme, cela implique que le Japon contemporain n'est pas aussi « japonais », « traditionnel » ou « pur » que ce que les discours du *nihonjinron* prétendent puisque, depuis la période Meiji, il s'est transformé dans un processus mimétique pour ressembler davantage à l'Europe qu'il prend pour modèle.

Le setting des productions culturelles japonaises est ainsi souvent ambigu. Les représentations de l'Europe (blanche) sont très populaires, de même que les domaines de la science-fiction et de la fantasy, pour lesquels on peut facilement arguer que les contextes qu'ils impliquent ne sont pas révélateurs des dynamiques nationales et transnationales attendues. En effet, dans des contextes postapocalyptiques, où existent races aliènes, nations détruites ou fusionnées, et androïdes, la question nationale ou culturelle est loin d'être centrale ou représentative. Quant au fantastique, les environnements qu'il introduit sont tout aussi irréels, d'autres mondes à des formes historiques passées réaménagées, avec encore une fois de nouvelles « races » ou « espèces » qui brouillent nos repères. À cela s'ajoute que les productions antérieures aux années 2000 étaient fréquemment « réadaptées » pour mieux s'intégrer au contexte de leur audience étrangère (Levi 2013 : 6)¹⁵. Ainsi, les États-Unis n'hésitaient pas, en plus du doublage des séries anime, à modifier leurs titres, les noms des personnages, certains mots de vocabulaire et images également, pour effacer complètement le côté japonais des œuvres (c'est le cas notamment de Pokémon), quand l'initiative n'était pas déjà prise par les Japonais eux-mêmes pour le confort de cette audience étrangère.

Un grand nombre d'œuvres prend toutefois place au Japon, souvent dans le contexte scolaire... mais là encore, on peut se demander ce qui est réellement japonais lorsque les personnages ont des

¹⁴ "As Iwabuchi points out throughout his theory, Japanese popular culture reaches its transnationalism and mukokuseki condition through a procedure of "strategic hybridism". Strategic hybridism is perceptible in many aspects of the current Japanese reality (not only in popular culture and its industries), and consists in an attitude in which Japan imagines, adapts, and domesticates what it receives (and has been receiving) from the "other" nations in terms of technologic innovations and cultural heritage (2007 [2002]: 51-3)."

¹⁵ Cela arrive encore occasionnellement au XXIe siècle.

apparences si « extravagantes »¹⁶ qu'elles ne sont en rien révélatrices des tendances sociales et culturelles qui traversent le Japon supposément représenté, dont l'environnement naturel et urbain est quant à lui souvent fidèlement dessiné (Lu 2008). La question de l'appartenance est la même lorsque les thèmes abordés (romance, perte d'un être cher, ambition, maturation de la jeunesse, solidarité, etc.) tendent à appeler aux sentiments et expériences de chacun ; ce que Pellitteri qualifie de « scénario hypo culturel », à l'appel universel (Aranda 2020 : 74).

Le *mukokuseki*, plutôt que l'élimination pure et simple d'indices ethniques, est peut-être alors ce mélange de traits nationaux et internationaux... Par conséquent, on est amenés à se demander quand les produits de la culture populaire japonaise circulent, faisant la fierté de la nation, ce qui attire l'audience, et si cette attirance est de fait à mettre en lien avec la culture japonaise (et son « odeur ») ou non... Les médias japonais ont tendance à supposer que la consommation de tels produits est révélatrice d'un intérêt voire d'une passion pour le Japon et sa culture (Iwabuchi 2002 ; Saito 2013). Certains d'entre eux l'interprètent même comme une forme de supériorité culturelle sur le reste de l'Asie, un discours narcissique qui rappelle le Japon impérialiste récent. La réalité toutefois est différente. Une partie des consommateurs, même « avides », de ces divertissements n'est en fait pas consciente de leur origine, ou, quand elle l'est, ne s'en préoccupe pas nécessairement. Ce n'est d'ailleurs pas étonnant quand les anime et manga les plus populaires ont pour héros des personnages clairement étrangers (d'origine, nom, etc.), évoluant dans des univers qui n'évoquent pas nécessairement le Japon (Aranda 2020).¹⁷

Que l'audience ait des difficultés à identifier l'origine du produit peut être dû à un manque d'intérêt pour les éléments japonais consommés, compensé par l'appréciation du média ou d'une forme d'exotisme (peu importe vers quoi elle serait tournée). Il est encore possible, et c'est un aspect plus délicat, que le public ne soit pas équipé pour reconnaître ce qui relèverait de la culture japonaise, et qu'il pense ainsi apprécier le contenu de ce qu'il consomme pour son universalité, parce qu'il échoue à en lire les éléments japonais ou à les considérer comme tels. Napier en 2005 soulignait que d'après une enquête, 30% des otaku occidentaux (donc des personnes qui sont amenées à consommer régulièrement anime et manga) n'étaient pas à même d'identifier les thèmes

¹⁶ Cheveux et couleurs d'yeux notamment.

¹⁷ "The fact that it's Japanese has nothing to do with it. I'm not that interested in Japan," dit une fan. (Levi 2013 : 3)

spécifiquement japonais des anime (Tomos 2013 : 41). L'audience japonaise de son côté identifie peut-être plus aisément certains éléments culturels, mais même dans cette situation, le public est divisé en ce qui a trait à l'origine des personnages. Si la plupart supposent qu'ils sont japonais, d'autres les imaginent parfois comme issus d'autres nationalités, voire ethnicités, ce qui montre la complexité du sujet.

Il est aussi possible pour l'audience d'apprécier un produit, d'y reconnaître une marque distinctement japonaise, et pourtant de ne pas particulièrement apprécier la culture qui se trouve derrière. C'est une situation ambiguë à laquelle les pays d'Asie notamment font face, même si le Japon tente depuis les années 1990 de s'en rapprocher à nouveau, d'une façon qui le réinscrit dans une culture asiatique tout en dévoilant ce qu'il perçoit comme une forme de dominance culturelle sur l'ensemble (Iwabuchi 2006). D'un côté, il est concevable que les populations d'Asie de l'Est aiment une forme de divertissement, et de l'autre, que leur passé historique récent et leurs tensions avec le Japon ne mènent pas forcément à une extension de cette appréciation à une culture plus large. Eux-mêmes s'inquiètent de leur jeunesse qui se « japonise » peut-être par sa consommation. Cette possible « transformation », peu la remarquent dans nos sociétés, et pour cause, puisque les produits de la culture populaire japonaise sont intimement liés au *mukokuseki* (Iwabuchi 2002).

Quand le Japon se réjouit donc de la « consommation passionnée » de sa culture en Occident et ailleurs, assumant parfois hâtivement que la « japonité » du produit, et ce qui se trouve derrière, sont à l'origine de cet amour, il se trompe. Il faut prendre en compte que si ces exportations rassemblent en effet des fans fidèles et intéressés qui nourrissent le *soft power* japonais, nombre des consommateurs des items de culture populaire, une majorité sans doute, les apprécient pour d'autres raisons que leur pays d'origine (ou en dépit de celui-ci). Pour reprendre Allison, les biens japonais représentent à la fois des marchandises exotiques et familières, qui participent à créer un espace imaginaire à leur image. Et malgré les efforts du gouvernement, ce n'est pas tant le Japon lui-même, ou sa culture, qu'on retrouve à l'intérieur (Allison 2008, dans Yano 2013 : 252). Les consommateurs japonais eux-mêmes sont conscients que les représentations que la culture populaire offre du Japon ne sont pas purement japonaises, sans que cela ne diminue l'attrait du produit, au contraire. Les anime et manga ne sont donc pas seulement « exotiques » pour l'Occident... Peut-être est-ce la raison de leur succès global, à l'image d'une Hello Kitty qui se

vend au Japon parce qu'elle est « étrangère », et à l'étranger parce qu'elle est « japonaise » (Yano 2013).

1.2.4 Les limites du Cool Japan

1.2.4.1 La catastrophe du 11 mars

L'expansion du Cool Japan comme outil de *soft power* n'est donc pas aussi évidente que nous l'avons laissée paraître puisque la nature même des produits consommés est débattue, de même que leur influence. La tendance aurait d'ailleurs pu prendre fin au lendemain de la triple catastrophe du 11 mars 2011. Cette catastrophe est « sans fin » puisque ses effets dureront pendant des siècles et des siècles¹⁸. D'abord, le séisme violent qui frappe la région de Tôhoku tue près de 300 personnes. Il est suivi tout de suite d'un tsunami qui entraîne la disparition ou le décès de plus de 18 000 autres et le délogement de 300 000. Les deux catastrophes naturelles fragilisent la centrale nucléaire de Fukushima dont les réacteurs tombent en panne puis explosent, classant l'accident au niveau 7 sur l'échelle internationale des événements nucléaires, le plus élevé. L'eau, les sols alentour, les animaux et les personnes, sont contaminés ; à ce mal (presque) invisible, il faut encore rajouter les effets psychologiques dévastateurs, le sentiment de perte, de rejet, d'abandon. À ce jour, la centrale rejette encore des particules radioactives et le gouvernement continue à travailler, avec plus ou moins de succès, pour décontaminer la zone.

Si le Cool Japan naît de la crise des années 1990, celle du 11 mars 2011 le met en danger, ce qu'illustre le domaine de l'art. En tant que force commerciale, le Cool Japan marginalise l'art engagé, sorte « d'uncool Japan », mais après le 11 mars, c'est ce dernier qui retient l'attention du public, national et international, en essayant de mettre en images et mots les conséquences de l'accident nucléaire (Davre 2020). On s'éloigne de la frivolité artificielle du premier pour se rapprocher de quelque chose de plus profond qui touche aux personnes et pas simplement à la consommation. Les galeries d'art puis les musées s'emparent du sujet. Face à cette nouvelle crise, qui met encore une fois le pays en danger, et effraie les autres nations, le Japon doit redorer son image. Dès mars 2012, un an après la catastrophe, le gouvernement relance la campagne du Cool

¹⁸ <http://trustmyscience.com/fukushima-catastrophe-nucleaire/>

Japan. Le but est de remplacer les images traumatiques des événements récents (voire de les effacer) pour s'attirer une nouvelle fois la faveur du public, notamment en vue des Jeux olympiques de 2020. La stratégie est un succès. Malgré l'intérêt pour l'art engagé et contestataire, les œuvres du Cool Japan retrouvent sans mal leur place sur la scène internationale, avec une popularité renouvelée... En même temps, sur la scène nationale, elles servent de réconfort à la population, participant même activement à la relève du pays par la lancée d'événements de charité et de levées de fonds dans l'industrie du manga (Berndt 2014).

1.2.4.2 L'implication du gouvernement

Si la culture populaire a de beaux jours devant elle, reste à savoir cependant si les efforts gouvernementaux pour encourager sa circulation perdureront aussi, alors que la Korean Wave s'impose comme rivale au marketing efficace. Une telle implication n'est en effet pas sans risque, le plus grand étant de perdre aux yeux des fans l'attribut « cool » qui fait tout l'intérêt de la campagne, car ce qui est cool est d'abord subversif, à contre-courant des forces dominantes (McLelland 2017 : 6).

Il faut ajouter à cela que le soutien du gouvernement à certaines formes de la culture populaire peut s'avérer problématique dans la mesure où de nombreuses représentations inscrites dans ce mouvement sont sexistes et dégradantes vis-à-vis des femmes et jeunes filles qui se retrouvent souvent associées à des rôles secondaires. Elles sont de fait régulièrement réduites à être *kawaii* et dépendantes, mais aussi du côté plus « scandaleux » du Cool Japan, complètement objectivées et abusées (Yano 2013 : 56). Les maids dans la culture populaire et les maid cafés en sont un exemple relativement innocent.

D'autres éléments sont encore débattus, notamment le caractère pornographique de certaines œuvres, aux représentations ou contenus parfois choquants, mais tolérés dans les standards japonais (Valiskivi 2013). Cela vaut à l'Archipel la réputation d'être « l'Empire de la pornographie infantile » aux yeux de certains, un coup dur pour l'exportation et l'étude, y compris académique, de certaines productions nationales (McLelland 2017 : 26). Autre ambiguïté de l'implication gouvernementale : dans le contexte japonais actuel, les femmes ont encore à établir leur place dans la sphère publique. Or, certains produits sponsorisés normalisent des comportements genrés et des images pornographiques (« douces », pas celles qui sont l'objet de débats houleux) qui font obstacle à d'autres représentations de la femme, que le gouvernement essaie en parallèle de

revaloriser. Il est certain que cette inconsistance sape les efforts gouvernementaux, alors que des investissements inconsidérés risquent d'impacter négativement le Japon et son image publique (Valiskivi 2013 : 10). On ne peut ignorer en effet que de telles représentations qui, dans une certaine mesure, influencent le public, puissent l'induire à avoir une vision erronée de la société japonaise, certes inspirée d'une réalité donnée. Le risque est alors que ces investissements solidifient chez une partie de l'audience ces images stéréotypées, qui se transforment en un carcan supplémentaire pour les personnes qu'elles représentent. La question du genre n'est d'ailleurs pas la seule, mais nous aborderons ces considérations variées, au sein desquelles les conceptions ethniques trouvent également leur place, dans un prochain chapitre.

1.3 Conclusion

L'identité japonaise, sa perception et sa représentation ont considérablement évolué depuis les années 1990. À la fin du XXe siècle, le Japon est une puissance économique remarquable, mais il est relativement discret sur le plan culturel. L'éclatement de la bulle économique remet en question sa position sur la scène internationale mais, au niveau national, il affecte aussi le sentiment d'appartenance et de sécurité d'une population dont les efforts sont tournés vers le « Japan, Inc. ». La crise qui s'ensuit a alors des conséquences qui touchent à tous les domaines... ou presque. Si la société fait face à une crise identitaire qui l'amène une nouvelle fois, comme durant l'après-guerre, à devoir se reconstruire, elle se découvre également un nouveau potentiel en ce qui touche à la consommation de sa culture populaire. Cette dernière devient un levier dans le redressement du pays, lui conférant des avantages économiques mais aussi politiques qui le réaffirment comme puissance internationale. Plus encore, les marchandises en circulation ont le potentiel de diffuser la culture japonaise et de la redéfinir. Toutefois, la nature de cette culture qui se révèle finalement hybride pose question, de même que son potentiel réel à populariser le Japon et l'image qu'elle en donne. Malgré cela, la culture populaire, et particulièrement les manga et les anime, ont la capacité de connecter l'imaginaire japonais à une réalité qui, par sa séparation entre les domaines et sentiments publics et privés, est parfois difficile à analyser. Les produits issus de cette forme de culture permettent donc une réarticulation entre l'espace du rêve et du réel, constituant une forme d'échappatoire à la réalité, sans en être pour autant coupés. Que ces outils soient de plus des médiums à part entière, consommés chaque jour par des millions de personnes en tant que biens abordables et accessibles ne fait que rajouter à leur intérêt et leur capacité à nourrir consciemment

ou non les pratiques et représentations¹⁹. En même temps, ils sont eux-mêmes dépendants du contexte dans lequel ils évoluent, ce qui leur donne la capacité de dépeindre en temps réel les difficultés et les anxiétés auxquelles est confrontée la nation, les rendant décidément précieux dans le domaine académique. Nous aborderons dans le chapitre deux ces diverses considérations du point de vue du médium anime.

¹⁹ On peut même supposer qu'ils détiennent en quelque sorte le monopole sur l'identité japonaise pour le consommateur occasionnel qui limite sa connaissance du pays et de sa culture à ces formes populaires.

Chapitre 2 – Anime, Culture et Identité

“Fiction has met reality, or rather it is reality which has finally met fiction! Here you have passed through the TV screen!” (Female, age 26)

“You build some images [through manga and anime] and then, without clearly noticing it, you have built a whole image of a country. When I first came here the question was always, ‘Is it true or not?’ I was searching for how much of the inspiration for the manga and anime came from reality and I realised that it was quite large. (Male, age 30)”

(Sabre 2016)

Dans ce chapitre, nous discuterons de plus près des anime, de leur place sur la scène culturelle japonaise et internationale, et de leur intérêt et limites dans le domaine académique et l'étude des représentations visuelles. Pour cela, nous aurons une approche en quatre temps. Dans une perspective historique, nous présenterons d'abord le développement du médium, des origines de l'animation à celles de l'anime. Dans un deuxième temps, nous étudierons l'internationalisation de l'anime, et son importance tant culturelle qu'économique pour le marché japonais et au sein de la culture populaire internationale. Cela nous amènera à soulever des questions diverses sur la nature des anime, de leur filiation aux raisons de leur succès global. Nous nous intéresserons ensuite à la pertinence d'une approche académique des anime et à la capacité du médium à traiter de la question identitaire. Nous pourrions finalement aborder les codes plus intrinsèques de la production anime, ainsi que les acteurs qui y tiennent un rôle.

Ces questions, relativement larges, en soulèvent d'autres plus spécifiques, des genres de l'anime à leur potentiel, de l'importance du *character building* à celle de la relation fans-auteurs, et à la résonance du média. En somme, nous tenterons de replacer dans un ensemble complexe le sujet des représentations et de leur construction, montrant qu'il dépend de facteurs certes historiques et culturels mais encore économiques, ou des rapports d'agentivité entrecroisés d'une foule d'acteurs.

2.1 Histoire abrégée de l'anime

2.1.1 L'histoire de l'animation japonaise

Commençons donc par aborder l'histoire de l'anime, et plus largement de l'animation japonaise, qui permet d'expliquer certaines tendances et règles toujours en vigueur dans les studios.

L'animation japonaise, en 2017, a fêté ses cent ans, mais la tradition des images « animées » a des racines encore plus anciennes, certainement bien plus que celles du cinéma, dont l'animation, la mise en mouvements des dites images, est la principale préoccupation (Novielli 2018). Parmi les précurseurs de la technique, on peut compter notamment les *emakimono* et les *ukiyo-e*, également ancêtres du manga, lui-même à la base de la production anime. Les *emakimono* sont des « rouleaux peints », racontant histoires religieuses et légendaires, utilisés depuis le XI^e siècle par les conteurs ambulants. Ils combinent calligraphies et illustrations, parfois sérieuses, parfois parodiques, voire satiriques. Les *ukiyo-e*, quant à eux, remontent à l'époque Edo (1603–1867). Ces « images du monde flottant », produites en masse et à bas prix, abordent tous les aspects de la vie... outre leur usage publicitaire commercial, elles racontent la guerre, le quotidien, la beauté des courtisanes et acteurs, celle de la nature changeante, s'aventurant également vers les représentations fantastiques et surnaturelles... Hokusai, l'artiste d'*ukiyo-e* le plus connu en Occident, est d'ailleurs l'auteur de plusieurs recueils de carnets de croquis et de manuels didactiques, véritables encyclopédies imagées, qu'il publie en plusieurs volumes, sous le nom de... manga. Mais *la* manga de Hokusai n'est qu'un des possibles ancêtres *du* manga contemporain (et donc de l'animation).

On peut encore nommer d'autres inspirations à l'animation du XX^e siècle : les *utsushie*, images « reflétées » par des lanternes importées des Pays-Bas au XVIII^e siècle, ou le *kagee*, théâtre d'ombres originaire de Chine (Ibid.: 1). L'animation japonaise a encore d'autres origines théâtrales, avec le *kamishibai* et, peut-être de façon plus surprenante, le *bunraku*. Le premier, « pièce de théâtre sur papier », est un art dont la pratique remonte au XII^e siècle et qui pourtant connaît son pic de popularité dans les années 1920 et 1930. Les artistes conteurs font alors défiler des images dans un petit théâtre de bois. Le second est un théâtre de marionnettes, associé à une performance musicale ; les marionnettes en question sont cependant loin de ressembler à ce qu'un lecteur occidental pourrait se figurer, puisqu'elles mesurent plus d'un mètre, et requièrent l'aide de trois

hommes, tout en noir et encapuchonnés, pour être manipulées. Enfin, bien sûr, l'influence la plus directe sur l'animation et les anime demeure évidemment *le manga*, sur lequel nous reviendrons prochainement plus en détail en abordant le rôle de Tezuka sur le médium.

Du reste, l'animation japonaise commence en 1917, sous l'influence de trois hommes : Shimokawa Ôten, Kôuchi Jun'ichi et Kitayama Seitarô, dont les travaux sont cependant détruits lors du Séisme du Kantô de 1923 (Ibid. : 4). Séparément, mais la même année, ils se lancent dans la réalisation de courts métrages d'animation parmi lesquels: *Imokawa Mukuzô, genkanban no maki* « L'histoire du concierge Mukuzô Imukawa » (de Shimokawa), une production d'à peine cinq minutes, dont la sortie en janvier 1917 en fait le premier film d'animation japonais (Ibid.: 5). Des trois artistes, Kitayama est le seul à s'entourer d'une équipe d'animateurs, le rendant particulièrement prolifique et menant à la création en 1921 de son entreprise : la *Kitayama Eiga Seisakujô* (Ibid.: 6). Si le Séisme du Kantô détruit certaines des premières œuvres animées, il participe paradoxalement au développement de ce qui deviendra l'animation japonaise, qui permet d'associer à une reconstruction physique de l'espace un soutien moral. Les années qui suivent sont caractérisées par l'expérimentation avec le stop motion, le dessin au trait, le cinéma, le découpage et le celluloid.

Avec la montée du nationalisme et l'arrivée de la guerre dans les années 1930 et 1940, l'animation se transforme en formule de propagande : on met en valeur le « parfait » Japonais, les armes, la notion de sacrifice de soi pour le bien du pays, tout en exaltant la culture japonaise passée et présente par la réintroduction d'éléments mythologiques (Ibid.: 22). En 1939, une loi vient réglementer le cinéma, censurant les critiques envers le gouvernement, les langues et le vocabulaire étrangers, ainsi que les éléments ouvertement occidentaux dans les productions (Ibid.: 28). Il faut maintenant insister sur l'importance de la famille, de la collectivité, des activités industrielles et guerrières, sous le pouvoir impérial. À la même période naît le *shônen mono* « cinéma de la jeunesse », genre immensément populaire de nos jours, qui exalte ces valeurs de courage et sacrifice pour le bien commun.

2.1.2 Aux origines des anime

La défaite japonaise et les années qui s'ensuivent marquent le début de ce qui nous intéresse vraiment, à savoir le développement de l'anime, et plus particulièrement des séries télévisées, à séparer des longs métrages. En effet, Miyazaki, bien qu'il soit lui-même le créateur de plusieurs séries animées, et le studio Ghibli notamment, rejettent leur affiliation aux anime commerciaux télévisés, préférant se référer à leurs propres œuvres par le terme plus ancien de *manga eiga*, film de manga, c'est-à-dire les longs métrages que nous qualifions de films d'animation (Lamarre 2009 : 35, 2018 : 7). Ils soulignent ainsi explicitement les différences, non seulement techniques, mais du domaine de l'intention et de l'idéologie, entre ces deux branches de l'animation japonaise. Les *manga eiga* se traduisent en effet le plus souvent par une technique dite d'animation « intégrale » (bien que la totalité des mouvements ne soit en fait pas souvent animée) et les productions récentes, et indépendantes, peuvent défendre leur place dans le domaine artistique, minimisant souvent un aspect commercial pourtant présent ; caricaturalement, de l'autre côté se trouvent les *anime*, à la technique d'animation « limitée », qui déplace les calques plutôt que les personnages, en contraste avec leur nom qui suggère pourtant le mouvement (Lamarre 2009 : 66). Pas question d'art ici, ou rarement : le monde de l'anime est un business, d'autant plus maintenant que le gouvernement y investit. La production s'effectue en série, par des animateurs qui demeurent souvent anonymes, et l'importance des produits dérivés et du fan-service achève la division (certes exagérée) avec leurs cousins les longs métrages. C'est cette seconde catégorie, au potentiel dédaigné au Japon comme à l'étranger, malgré la consommation massive qui en est faite, sur laquelle nous voulons nous pencher. À son origine, deux acteurs clés : le studio Tôei et Tezuka Osamu.

Tôei Animation est certainement un des studios de production les plus connus au Japon, et pour cause, il est un des plus anciens et le plus prolifique, avec à son actif plus de 700 anime et longs métrages d'animation. On lui doit notamment *Albator (Hârokku en version originale)*, *Saint Seiya* (également connu comme *Les Chevaliers du Zodiaque*), *Dragon Ball*, *Digimon*, *Sailor Moon* ou encore *One Piece*, des titres au succès durable, populaires tant au Japon que dans le reste du monde. Aucune de ces productions phares n'est pourtant une œuvre originale, toutes étant, à l'exception de *Digimon* (à l'origine un gadget électronique), tirées de manga éponymes, une pratique fréquente de la compagnie, qui en inspirera, en plusieurs décennies d'existence, bien d'autres.

Son parcours commence à la fin de la Seconde Guerre mondiale quand une centaine de personnes se rassemblent pour créer la Shin Nippon Dôgasha, littéralement la « société de films du nouveau Japon » (Novielli 2018 : 36). Le studio devient ensuite Nihon Manga Eigasha (« société de film manga japonais ») puis prend le nom de Tôei Dôga en 1956, quand il rachète Nichidô Eiga, un autre studio avec lequel il fusionne dans l'intention de devenir le rival de Disney, dont les productions affluent au Japon (Ibid.: 37). À l'étranger, le studio opère sous le nom de Tôei Animation, la traduction directe de son nom japonais, qu'il adopte officiellement en 1998. Le nouveau Tôei naît ainsi avec l'ambition de devenir le « Disney de l'Orient » (Steinberg 2012 : 8). La sortie de son premier long métrage d'animation, qui est aussi le premier film d'animation en couleur au Japon, ne tarde pas : *Hakujaden*, ou *Le Serpent blanc*, paraît en 1958, suivi de plusieurs autres œuvres, à un rythme plus rapide que les productions Disney à la parution biennale (Hu 2010 ; Tomos 2013 ; Onemu 2020). Au contraire de Disney à la structure plus formelle et à la division verticale du travail, des « têtes pensantes » vers les animateurs exécutants, le jeune studio Tôei s'appuie sur les idées de ses propres animateurs et leur style artistique, un modèle qui sera repris plus tard par d'autres studios tels que Madhouse (1972) et Ghibli (1985) (Tomos 2013 : 124). La compagnie va justement entraîner bon nombre d'animateurs talentueux qui dissémineront ensuite leur savoir. Parmi eux, deux stars de l'animation : Miyazaki Hayao et Takahata Isao, futurs fondateurs de Ghibli. Lorsque l'animation arrive sur le petit écran, avec en 1963 la sortie de *Tetsuwan Atomu (Astro Boy)*, certainement l'œuvre la plus connue de Tezuka Osamu, un autre de ses anciens travailleurs, Tôei ne tarde pas à produire à son tour pour la télévision, sans renoncer aux longs métrages. Dans les années 1960, la compagnie sort ainsi chaque année une série télévisée animée, un film d'animation pour le public japonais, et un autre plus orienté vers l'international (Condry 2013 : 100). Cet effort s'avère payant, et le succès de ses anime l'oriente ensuite progressivement vers ce marché... Tôei est justement à l'origine du « magical girl boom », qui inspirera des décennies d'œuvres (*Sailor Moon* constituant la consécration du phénomène) lors de la sortie de son premier anime en couleurs : *Maho Tsukai Sally (Sally la petite sorcière)* en 1966 (Ibid.).

Tezuka Osamu (1928–1989), que nous avons déjà mentionné plusieurs fois, est le second acteur clé quand il est question des manga et anime actuels et de leurs caractéristiques. Connu comme le parrain, le père ou encore le dieu du manga, son œuvre papier est considérable, mais il s'illustre aussi dans le domaine de l'animation, des courts métrages aux anime, dont il réalise des dizaines

dans sa carrière. Il déclare d'ailleurs dans une interview : « Manga is my wife, but anime is my lover » (Novielli 2018 : 63). Et pour nourrir cet amour de l'anime, il fonde, en 1961, son propre studio de production, Mushi Production. Ce dernier s'éloigne du style de Tôei par son utilisation de l'animation limitée et d'un emploi du temps organisé autour de sorties hebdomadaires plutôt qu'annuelles ou semi-annuelles (Steinberg 2012 : 9). Le studio est aussi un précurseur dans la vente de produits dérivés. Ce sont de fait Tezuka Osamu et *Tetsuwan Atomu* qui donnent le ton dans bien des domaines : le *character merchandising*, l'esthétique animesque, le format hebdomadaire, l'animation limitée, l'adaptation depuis un manga... associant en même temps étroitement le genre de la science-fiction aux productions anime. Même en ce qui a trait à la diffusion hors Japon, ainsi que certaines pratiques de localisation, on retrouve la marque de Tezuka qui n'hésite pas à donner à *Tetsuwan Atomu* un aspect international dans une optique de *mukokuseki*, ce que certains des pays de réceptions renforcent ensuite par l'application de leurs propres pratiques de localisation (Noh 2017 : 12). *Astro Boy* n'est pas seulement la première série animée au Japon, ou un véritable phénomène, elle constitue également la porte d'ouverture vers la diffusion internationale de ses (futurs) semblables. En ce sens, elle est une série qui nécessite une mention incontournable dans une étude telle que la nôtre.

2.1.3 *Tetsuwan Atomu* ou la naissance de l'anime

Tezuka, grand fan de Disney, est donc d'une influence considérable sur le devenir de l'anime. Lorsque *Blanche-Neige et les Sept Nains* (1938) est projeté dans les cinémas japonais, il visionne le long métrage d'animation plus de quatre-vingts fois. *Bambi* (1942), qui sort l'année suivante, provoque chez lui une passion similaire et il le regarde plus de cinquante fois, allant même jusqu'à produire sa propre version dessinée de l'histoire (Schodt 2007 : 59). Nul doute que Disney est de fait une de ses inspirations principales, immanquable dans son esthétique qui met l'accent sur des personnages adorables aux yeux démesurés, une caractéristique quasiment universelle de l'anime actuel. Et c'est particulièrement avec *Tetsuwan Atomu* que l'on peut souligner l'influence de Tezuka. La série de science-fiction, basée sur son manga éponyme, met en scène les aventures d'un « jeune » robot créé en 2003 et évoluant dans un monde futuriste idéalisé où coexistent humains et machines. Atomu est l'invention d'un scientifique, le docteur Tenma, qui espère pouvoir remplacer ainsi son fils, décédé dans un accident. Mais il rejette éventuellement sa création, qu'il vend à un cirque. Les aventures du jeune robot prennent un nouveau tour quand il

est sauvé par un autre scientifique et devient un super-héros, combattant menaces extra-terrestres et robotiques. Au pic de Mushi Production, le studio de Tezuka, c'est plus de 4000 personnes qui travaillent à la création de l'anime, diffusé pendant trois ans et 193 épisodes de 25 minutes, du 1er janvier 1963 au 31 décembre 1966 (Ibid.: 70). La série est suivie par 40% des Japonais équipés d'une télévision et même le futur empereur Naruhito, alors jeune enfant, en fut un fan dédié. Elle jette ainsi les bases de l'anime au Japon. Son succès n'allait pourtant pas de soi. Avec cette première série télévisée, on entre en territoire inconnu avec une seule certitude, le temps et les coûts de production sont tout simplement irréalistes. Aussi, quand Tezuka propose son idée à la Tōei, elle est refusée. Il va donc l'adapter lui-même, déterminé à ce que le futur anime (ce qu'on désignait à l'époque comme *terebi manga*, le manga télévisé) soit accessible à son audience par la télévision, à l'image des productions du studio américain Hanna-Barbera, fondé dans les années 1950 (Tomos 2013 : 32). Bien sûr, une telle idée ne se réalise pas sans rencontrer quelques challenges.

Pour réduire le coût de production des épisodes (dont il est dit que chacun coûtait en moyenne 2.5 millions de yens), il a recours à plusieurs techniques, qui forment encore la base de la production anime actuelle (Steinberg 2012 : 39-40). Il a déjà la chance de se baser sur son œuvre, d'avoir donc à disposition des personnages, une histoire ou du moins sa trame, et une audience enthousiaste. Son équipe de production met ensuite au point plusieurs techniques d'animation : elle n'utilise plus ni une ni deux frames pour filmer, mais trois pour créer l'illusion du mouvement, de même que des procédés de zooms et de glissements de l'image devant la caméra. Elle se sert ensuite de la technique du « still shot », qui permet l'usage d'un unique dessin lors du focus sur le visage des personnages, met en scène la marche et la course par la capture d'une courte séquence de mouvements répétés plusieurs fois pendant que le background coulisse, figure le passage du temps par des coupures elliptiques (ce qu'on appelle la « condensation »)... Enfin, elle anime partiellement les personnages, faisant bouger des parties de leurs corps selon la nécessité du moment et limitant leurs expressions faciales. La bouche d'Atomu sera ainsi limitée à trois mouvements : ouvert, fermé et entrouvert (Schodt 2007 : 71-72). L'équipe fait aussi le choix de courtes séquences pour limiter le travail d'animation et crée un système de stockage des images permettant leur réutilisation. Tetsuwan Atomu est par ailleurs produite en noir et blanc, à l'exception de son épisode 56, et on limite ses dégradés de couleurs à 7 au lieu de 11. Plutôt que le mouvement et le réalisme, ces techniques poussent à un focus sur le scénario, le développement des personnages et l'impact émotionnel (Ibid.: 71).

Tezuka fait encore d'autres choix : notamment, il vend ses épisodes à la télévision, inquiète du résultat, pour seulement 500 à 600 000 yens, un prix bien inférieur aux coûts de production (Ibid.: 75). Pour combler le déficit engendré, il utilise une partie des recettes de son manga, mais il se tourne aussi vers la sponsorisation et l'exploitation commerciale (le *character merchandising*) de la série et ses personnages, une pratique « dangereuse » et pourtant toujours en vigueur, car elle dépend du succès de l'anime pour éviter les dettes (de fait le studio de Tezuka ferme ses portes en 1973 pour cause de faillite). Tetsuwan Atomu est ainsi sponsorisée par Meiji Seika qui met en scène le héros sur ses barres de chocolat et développe des stickers des personnages, faisant augmenter largement la consommation de la sucrerie, qui devient la plus appréciée au niveau national (Denison 2015). Des décennies après la fin de la série et la mort de Tezuka, Tetsuwan Atomu continue à rapporter de l'argent au Japon, s'inscrivant dans son patrimoine de culture populaire. C'est en 2003 particulièrement qu'elle est célébrée, à la date de « naissance » de son héros, en avril, l'occasion pour d'autres compagnies de développer jouets, livres, musique... des marchandises en tout genre qui placent l'œuvre de Tezuka dans une spirale de média, le « Atom Dream Projet » (Schodt 2007 : 6).

2.2 Diffusion et succès du média

2.2.1 L'internationalisation de l'anime

Cette popularité phénoménale d'Atomu et ses aventures sur le petit écran est un choc pour un certain nombre d'animateurs japonais. L'œuvre est en noir et blanc, à peine animée... et pourtant conquiert l'audience, une victoire qui leur semble être du domaine quantitatif sur le qualitatif. C'est pourtant la première étape de la diffusion du nouveau médium vers l'étranger.

Après quelques mois seulement sur les écrans, la NBC, filiale d'un des trois plus gros réseaux américains, contacte Tezuka et lui propose un contrat de 52 épisodes (Schodt 2007 : 77). *Tetsuwan Atomu*, devenu *Astro Boy*, fait un carton à travers le pays, établissant de nouveaux records : à Atlanta, c'est 45% de l'audience qui suit la série, à Memphis 38%, et jusqu'à 65% à Jackson (Ibid.: 88). Le marché américain commence alors à s'ouvrir à d'autres productions de Tezuka et à de nouveaux créateurs mais leur succès est plus mitigé. Vers la fin des années 1960, l'intérêt américain pour les productions japonaises connaît un fort déclin et il faut attendre près de 20 ans, jusqu'en

1979, pour entendre parler d'un nouveau hit : *Star Blazers (Uchû senkan Yamato)*. L'œuvre, qui sort enfin le médium de l'ombre du cinéma, est un palier dans l'explosion de la popularité animesque, aux États-Unis comme au Japon, ainsi qu'un tournant vers des histoires plus complexes et sombres (Drazen 2014). Puis en 1995, *Sailor Moon*, dans la lignée du long métrage *Akira*, permet à l'anime d'atteindre de nouveaux sommets de popularité aux États-Unis, mais aussi au Canada, en Pologne, aux Philippines, au Brésil... et plus tard sur Internet. Rapidement pourtant, le succès des anime augmente encore d'un cran, atteignant des sommets inimaginés, avec la diffusion de *Pokémon*, adaptation du jeu vidéo éponyme, qui bat tous les records, et dont la série n'a encore aujourd'hui de cesse d'être renouvelée pour de nouvelles saisons.²⁰

En France, un pays aujourd'hui très marqué par la culture populaire japonaise, la diffusion des anime commence vers le milieu des années 1970. Les œuvres de Tezuka sont encore une fois les pionnières du genre. Ainsi, les audiences françaises découvrent en 1972 *Le roi Léo (Janguru Taitei)* et en 1974 *Princesse Saphir (Ribbon no kishi)*, diffusées sur l'une des trois seules chaînes de télévision alors existantes. Mais ce sont les séries suivantes qui marquent vraiment les premières générations à y être exposées : *Goldorak (UFO Robo Grendizer)* en 1978, *Candy (Candy Candy)* en 1979, *Albator le corsaire de l'espace (Hârokku)* en 1980 et *Cat's Eye* en 1986 deviennent ainsi des références nostalgiques à l'enfance pour des centaines de milliers, voire des millions, de téléspectateurs. La naissance du *Club Dorothée* sur la chaîne télévisée TF1, une émission diffusée de 1987 à 1997, consolide encore la position de l'anime en sol français. L'émission achète les séries japonaises, toujours très bon marché, en large quantité, et les diffuse à sa jeune audience, si bien qu'elles deviennent presque exclusivement le seul contenu proposé aux enfants... des enfants qui plus tard se définissent comme la « Génération Club Dorothée » (Sabre 2012 : 70). À la même époque apparaissent aussi des productions « hybrides », franco-japonaises (*Ulysse 31*, 1981-1982), franco-nippo-luxembourgeoises (*Les Mystérieuses Cités d'Or*, 1982-1983), ou encore des dessins animés français, bien qu'ils ne dominant pas l'offre. L'établissement des anime est si solide que, dès le début des années 1990, on introduit en France le médium dont ils sont les plus proches (Ibid.:

²⁰ À l'heure actuelle, l'anime est en train de diffuser sa 24e saison, tout en continuant avec la production de jeux vidéo (y compris sur téléphones portables), de cartes, peluches, gadgets et films en tout genre, d'animation comme de live-action.

74). C'est ainsi que les manga font leur arrivée²¹, bien avant le succès mondial de *Pokémon* qui, selon les endroits, crée ou amplifie le phénomène de diffusion de la culture japonaise.

2.2.2 Méfiance vis-à-vis des productions nippones

Pour autant, la diffusion de contenu japonais ne fut pas « facile ». Le principal atout des anime dans le processus est alors leur prix bon marché, ce qui pousse les chaînes télévisées à s'en procurer en quantité sans s'intéresser de trop près à leur contenu, qui sera de fait très hétéroclite, ou à leurs spécificités tant liées au médium lui-même qu'aux différents genres qu'il abrite. Des pratiques de localisation propres à chaque pays entrent ensuite en jeu. Les anime sont d'abord traduits dans la langue cible, puis leurs titres sont changés, de même que les noms de leurs personnages. On se débarrasse ainsi de « l'odeur » japonaise du produit, pour reprendre le terme employé par Iwabuchi. La traduction permet également d'effacer certaines références culturelles (qui disparaissent parfois faute de choix car étant intraduisibles), voire de changer complètement le sens de certaines phrases ou segments. On coupe également les scènes jugées trop violentes ou adultes (par la présence de sang, la consommation d'alcool...), quitte à dénaturer complètement l'anime et le transformer radicalement.²² Dans le cas de *Pokémon*, exemple par excellence de glocalisation, l'adaptation américaine remplace même certaines images (d'un onigiri ou d'un bentô par exemple) par d'autres (un sandwich, du brownie...), un sort que subissent plusieurs anime. Certains épisodes vont jusqu'à être complètement ignorés, éliminés de l'histoire, comme celui de la destruction de gratte-ciels par des Pokémon, peu après les événements du 11 septembre. Les images figurent toutefois au générique de la saison dont il est question.²³ Ces pratiques commencent, une nouvelle fois, au début de la diffusion du média. Dès *Tetsuwan Atomu* ou *Astro Boy*, Tezuka Osamu avait essayé de limiter les particularités culturelles de son œuvre (Noh 2017 : 12). Le genre de la science-fiction facilite déjà cette entreprise, limitant en effet les associations nationales et culturelles du produit à un pays ou une communauté spécifiques. Tezuka intègre également des éléments de la religion occidentale pour diminuer encore les liens de la série au Japon. Pourtant, elle est encore davantage localisée à sa diffusion. Outre la traduction indispensable (du moins à l'époque), une partie de son contenu,

²¹ La France est depuis lors le deuxième pays le plus consommateur de ceux-ci, derrière le Japon.

²² Voir *City Hunter*, devenu *Nicky Larson*, qui passe en France du thriller policier à un mélange de comédie et romance par la coupe de scènes entières, car elles incluent alcool, yakuza, meurtres... (Sabre 2012 : 72).

²³ Voir la liste des épisodes de Pokémon bannis aux États-Unis :

https://pokemon.fandom.com/wiki/Banned_episodes

« trop violent », est supprimée, de même que les allusions religieuses jugées inappropriées pour le jeune public selon le diffuseur, qui la situe pourtant hors d'un contexte spécifiquement japonais (Ibid.). De façon plus poussée encore, *Janguru Taitei*, qui devient *Kimba the White Lion* aux États-Unis, est négociée avant même sa production. Tezuka ne sera pas autorisé à faire ni vieillir ni mourir son personnage et le format original de 78 épisodes sera revu à la baisse pour en atteindre 52, entre autres modifications (Denison 2015). L'intérêt de ces changements est officiellement de protéger les enfants, un discours que l'on retrouve également en France dans les premières décennies de la circulation des anime. En même temps, on évite leur « aliénation » par une culture étrangère.

Les anime, moins par leur audience que par certains adultes, gagnent une réputation de productions bas de gamme au contenu inapproprié, violent et sexuel (même les longs métrages de Miyazaki, pourtant acclamés aujourd'hui, furent critiqués, notamment pour la scène de bain des deux petites filles et leur père dans *Mon voisin Totoro* (1988), qu'on échoue pour un temps à réinscrire dans le contexte japonais). Des livres témoignent du climat de méfiance qui s'installe vis-à-vis des œuvres nippones : en 1981, une psychologue, Liliane Lurçat, publie « À cinq ans seul avec Goldorak », dans lequel elle dénonce les dangers de la série (Sabre 2012 : 69). En 1989, Ségolène Royal, une politicienne française, écrit quant à elle, « Le ras-le-bol des bébés zappeurs », qui dénonce les dangers de la télévision et particulièrement de « l'invasion » d'œuvres étrangères, pointant du doigt les contenus américains et japonais. De l'animation japonaise diffusée sur les écrans, elle déclare qu'elle est ordurière, remplie de monstres, démons, meurtres... « de la peur, de la violence, et du bruit » (Ibid.: 72). Elle passe ainsi complètement à côté du message d'amitié, de solidarité et d'assiduité dans l'effort que comprennent les séries attaquées, qui d'ailleurs ne sont pas originellement toujours destinées à une audience si jeune, laquelle se montre finalement plus mature que les adultes autour d'elle, faisant la part des choses vis-à-vis d'un contenu qu'elle est loin de consommer passivement. Dans une tentative de limiter ces œuvres jugées indésirables de façon systématique, et se gardant bien de mentionner entre autres les nombreux anime sur le sport, un genre alors très populaire en France, et ceux plus orientés vers un public féminin (shôjo) et moins portés sur la violence, une mesure est prise en 1990, montrant finalement que ce qu'on reproche au produit, c'est moins son contenu que son origine. Désormais, pour préserver la culture française des « agressifs » programmes étrangers, on impose un quota d'au moins 40% de productions en tout genre (cinéma, télé, radio) qui doivent être d'origine nationale, et 60%

d'origine européenne (Ibid.: 73). Les années 1990, protégées de « l'étranger » trop lointain font alors la part belle... aux cartoons américains.

Ironiquement, c'est ce rejet critique virulent des programmes japonais qui fait prendre conscience à leur audience de leur provenance étrangère, menant chez bon nombre au développement d'un intérêt spécifique pour le Japon... un bel effet boomerang en somme, puisque le goût pour les productions japonaises ne cesse de croître par la suite, faisant d'elles un marché toujours florissant à l'heure actuelle. Justement, il est temps de nous tourner vers lui.

2.2.3 Place actuelle sur le marché

Nous en arrivons donc au statut de l'anime de nos jours, qu'il est essentiel de mentionner pour expliquer certes l'ampleur du phénomène, au Japon et dans le reste du monde, mais aussi pour continuer à justifier du lien entre « anime, culture, et identité » que nous avons établi dans le titre de notre chapitre.

Le Japon est un pays à la longue tradition picto-centrée, le fameux « Empire des signes » dont parle Roland Barthes. Suivant les idéogrammes, les images de la culture populaire s'intègrent elles-mêmes aisément dans le paysage contemporain d'une culture plus visuellement impliquée que celles occidentales (Elias 2012 : 66). Cela explique aussi que les manga et les anime, des biens de « pur plaisir », soient consommés par des tranches d'âge bien plus vastes, le dessin n'étant pas associé à un contenu particulièrement enfantin au Japon. Ainsi, le public ayant grandi avec les manga et anime continue-t-il à en consommer à l'âge adulte, leurs genres ayant suivi le gain de maturité de l'audience et effectivement grandi avec elle. Dès les années 1960, le manga atteint une maturité qui le pousse ensuite à se développer pour répondre aux attentes de certaines audiences cibles, le médium se divise alors en plusieurs larges orientations : le contenu pour enfant (généralement de moins de 10 ans), celui pour jeunes garçons (shônen) ou jeunes filles (shôjo), et celui pour adultes matures, plutôt masculins (seinen) ou féminins (josei) (Novielli 2018 : 65). L'anime ne tarde pas à emprunter cette même voie, usant depuis de genres et sous-genres démultipliés pour atteindre une audience de plus en plus large et spécialisée. De fait, au Japon, en 2019, c'est plus d'un tiers de la population qui déclare consommer régulièrement manga et anime, soit environ de 40 millions de personnes, dont le visionnage est alimenté par plus de 500 studios, produisant souvent à la fois longs métrages d'animation et anime (Statista Research Department,

février 2020). Il est à noter toutefois que l'anime qui attire le plus d'audience est *Sazae-san*, diffusé depuis 1969, ce qui, avec plus de 7500 épisodes, en fait la série animée la plus longue au monde, alors qu'elle est relativement inconnue en Occident. Si aujourd'hui elle mobilise environ 12% des ménages, ce nombre atteignait 40% en 1979 (Noh 2017 : 18). La série, centrée sur le quotidien et les tracasseries d'une famille japonaise de l'après-guerre, aborde une variété de sujets qui font d'elle une œuvre nostalgique et attachante, tout en illustrant un contexte bien japonais. Diffusée le dimanche, elle est le point d'orgue de la semaine pour bon nombre de personnes (Ibid.).

Mais dans la vie quotidienne, même pour des consommateurs moins assidus, les anime sont une occurrence de plus en plus fréquente depuis les années 1980. Ils contribuent à la fin du siècle à ce que 80% des sorties studios au Japon soient animées (que ce soit sous la forme de longs métrages ou de séries), s'achètent dans les magasins, se trouvent dans les magazines, sur Internet, dans des expositions et conventions qui leur sont dédiées... leurs personnages les plus populaires sont même propulsés dans le monde commercial de la publicité, la vente de figurines, de vêtements et gadgets, jusqu'à venir orner les avions japonais (Steinberg 2012 ; Onemu 2020 : 40). Si à l'étranger on les considère encore comme une forme de sous-culture, au Japon, les anime s'inscrivent dans une consommation de masse, désormais reconnue et sponsorisée par le gouvernement. Et pour cause, ils constituent un point nodal d'un réseau bien plus large de biens de consommations dans lequel s'inscrivent manga, jeux vidéo, musiques, live-actions, art contemporain, mode et marchandises en tout genre... tous interconnectés et constituant une force économique et culturelle centrale pour le Japon (Elias 2012, Steinberg 2012, Condry 2013, Lamarre 2018). Prenons l'exemple de *Fullmetal Alchemist*, l'une des séries les plus durablement appréciées : lorsque le premier volume du manga sort en 2001, il se vend à 150 000 copies, un nombre qui bondit après la diffusion du premier épisode de l'anime à 1,5 million ! La popularité de l'anime propulse également celle des musiciens à l'origine de son opening²⁴ : « L'Arc-en-Ciel », groupe de rock japonais, est essentiellement inactif au début des années 2000 mais, après l'utilisation de sa chanson « Ready Steady Go », leur nouveau single en 2004 atteint le sommet des charts (Drazen 2014). La toile à laquelle appartient

²⁴ L'opening d'un anime est le terme qui désigne le générique de début d'un épisode, composé d'une vidéo et d'une chanson. Il va se répéter tout au long d'une série animée, d'une saison, ou d'un arc narratif. L'ending correspond quant à lui à un générique de fin, qui clôture un épisode, et se répète suivant le même schéma.

l'anime propose donc des connexions intéressantes entre les différents pôles de la culture populaire.

À l'étranger aussi, les anime gagnent en reconnaissance. Un premier pic dans leur consommation est rapporté par le Japan Times en 2012, désignant l'année 2006 comme leur apogée lorsque l'industrie atteint 161 millions de dollars, produisant alors 135 530 minutes d'animation, soit 19 980 minutes de plus que l'année précédente (Clements et McCarthy 2015 : 1 ; Onemu 2020 : 41). Si les années suivant 2006 sont celles d'une baisse, celle-ci est de courte durée puisque le Japan Times mentionne ensuite l'année 2016 comme celle d'un nouveau pic, sans précédent pour les anime, dans les secteurs « du streaming, de l'international et du box-office » (Onemu 2020 : 47). L'anime rentre à ce moment-là dans une nouvelle période de boom, à l'expansion encore continue, alimentée par l'émergence de plateformes de diffusion telles que Netflix ou Crunchyroll, qui augmentent leur visibilité auprès de l'audience étrangère (Tomos 2013 ; Onemu 2020). De plus en plus d'entreprises investissent d'ailleurs dans le business des anime et de la culture populaire, le premier constituant plus de 60% de la production d'animation sérialisée au monde (Cooper-Chen 2012 : 44). Une production en constante augmentation, comme l'illustre l'encyclopédie des anime de Clements et McCarthy dont la première édition, en 2001, se révèle être approximativement deux fois moins épaisse que la troisième, en 2015. On estime alors le nombre d'anime à plus de 10 000, et la production de nouvelles séries en augmentation rapide depuis 2009, des centaines étant lancées chaque saison (Reddit : [Statistics] Overall production of anime is not declining, 2017).²⁵ Les studios japonais comptent ainsi de plus en plus sur leur audience étrangère. Tōei, par exemple, reçoit désormais plus d'un tiers de ses revenus des marchés étrangers (Cooper-Chen 2012 : 44).

Les studios japonais dominant sans surprise le marché anime. Leurs productions ont atteint en 2019 21.91 milliards de dollars américains²⁶, grâce à des acteurs clés : « Bones Inc., Kyoto Animation Co., Ltd., Madhouse Inc., Manglobe Inc., P.A. Works, Inc., Pierrot Co., Ltd., Production I.G, Inc., Studio Ghibli, Inc., Sunrise Inc., Toei Animation Co., Ltd. » (Grand View Research 2019). Ces données encourageantes, d'un marché en croissance, laissent à penser une expansion continue dans les prochaines années. Pour en donner quelques chiffres concrets, basés sur une enquête du

²⁵ Graphique : <https://i.imgur.com/RZXVoUH.jpg>

²⁶ 23.56 milliards de dollars américains pour l'année 2020 suivant le dernier rapport d'août 2021 de Grand View Research.

ministère des Affaires intérieures et des Communications Japonais, l'Asie est la première région d'exportation pour les anime. 50,5% des ventes de contenus y sont réalisées et 60% des droits de programmes vendus. Viennent derrière l'Amérique du Nord (particulièrement les États-Unis, acteur le plus impliqué derrière l'Asie) à respectivement 30,2 et 23,6% des ventes puis l'Europe à 11 et 6,8% (Adala-News, juin 2020). Il ne faut bien sûr pas oublier la consommation illégale de contenu, soit pour contourner une interdiction de diffusion, soit pour en profiter gratuitement et facilement, ce qui laisse à supposer que le business des anime est encore plus attractif que ce que les chiffres ne le laissent paraître. Le marché chinois, par exemple, est particulièrement important pour le Japon puisque l'anime y tient une place si importante que ses ventes (d'anime et produits dérivés) dépassent celles de son marché national. Le résultat peut paraître surprenant quand on sait que le gouvernement chinois tente de limiter l'accès au contenu japonais, « trop violent » et subversif pour ses standards. *Shingeki no Kyojin* (*L'Attaque des Titans* 2013—en cours), un des titres les plus populaires du moment, et une trentaine d'autres anime, y sont notamment bannis, ce qui n'empêche pas la communauté de fans (la plus large au monde !) d'y accéder par des moyens détournés (Onemu 2020 : 102).

Mais l'omniprésence du médium et son lien étroit au domaine commercial sont-ils révélateurs de quelque objet de pertinence académique ? En quoi l'étude de l'anime présente-t-elle un intérêt et de quelle façon ?

2.3 La pertinence de l'étude des anime

2.3.1 Consommation et représentations : une influence médiatique

Miyazaki Hayao est critique de l'industrie actuelle des anime et de la spirale plus commerciale que créative dans laquelle se trouvent enfermés nombre de jeunes animateurs. Il regrette la simplification caricaturale des personnages, corps déformés dans un environnement spatio-temporel qui l'est tout autant. À ces déformations visuelles et physiques s'en ajoutent d'autres, invisibles et intangibles : pour l'artiste cofondateur du studio Ghibli, les motivations et plus encore les valeurs des personnages sont à leur image, bidimensionnelles, binaires, sans profondeur convaincante (Bolton 2018 : 236). Si la qualité des productions anime souffre en effet des attentes commerciales, le médium n'en est pour autant pas dénué d'intérêt. Ses débuts, intrinsèquement liés

à ceux de l'arrivée de la télévision dans les foyers, nouveau moyen d'unifier la nation après la guerre, et à l'occasion toute particulière du mariage du futur empereur en 1959 puis des Jeux olympiques de 1964, suggèrent déjà le potentiel nationaliste que le média peut contenir (Lamarre 2018 : 131). Ils suggèrent également un lien étroit et quotidien du public aux anime, car si le médium ne dépend plus aujourd'hui exclusivement des écrans télévisés, ce fut le cas pendant longtemps. Or, la télévision, particulièrement chez les plus jeunes, influence leur construction et leurs représentations, comme le montrent la contestée *cultivation theory* (Saito 2007, Yu 2015) ou la *gender schema theory* (Bresnahan *et al.* 2006) qui établissent un lien de cause à effet entre le temps passé devant la télévision et les conceptions sociales individuelles. Plusieurs études à la fin du XXe siècle montrent notamment l'impact télévisuel dans la construction du genre chez le public adolescent (Saito 2007 ; Lu 2009 ; Ramasubramanian et Kornfield 2012 ; Yu 2015 ; Reysen *et al.* 2017). Morgan (1987), Signorielli et Lears (1989) mettent de cette façon en valeur une corrélation entre représentations féminines et masculines différenciées et certaines attitudes de l'audience (Saito 2007). Ils arrivent ainsi à la conclusion que la télévision est un facteur de décélération du changement social, par les représentations traditionnelles qu'elle cultive.

De la même manière, une autre étude, portant spécifiquement sur les anime, associe leur consommation à des tendances sexistes, divisées en deux catégories : le sexisme « bienveillant » et le sexisme hostile (Reysen *et al.* 2017). Cette étude met en valeur le fait que la plupart des anime n'échappent pas aux représentations sexistes et stéréotypées de leurs personnages, que le public en est souvent conscient (voire se montre favorable à celles-ci), mais que certains genres tendent plus spécifiquement à nourrir différentes sortes d'attitudes et croyances sexistes. L'étude a encore l'avantage de s'intéresser à l'anime comme médium, montrant alors qu'on ne peut plus considérer l'influence télévisuelle seule dans la question des représentations et que les nouveaux arrivants que sont Internet, les jeux vidéo, et les autres médias sont également dignes d'intérêt. D'autres travaux pointent encore à l'identification de l'audience aux personnages consommés et aux des formes d'interactions parasociales qu'elle peut établir, même avec un contenu fictionnel (Ramasubramanian et Kornfield 2012).

Partant de ce principe, on peut déjà souligner un premier intérêt de l'étude académique de l'anime en ce qui a trait à son influence sur l'audience et ses représentations. Ainsi, si les débats font ressortir qu'il n'est pas certain que l'anime représente la réalité ou l'opinion de l'audience, on peut

arguer qu'il contribue cependant à les créer, ce qui éventuellement peut l'établir en miroir de celles-ci. Et il est parfaitement concevable, en se basant sur les nombreuses études de genre, que l'on puisse étendre leurs conclusions à d'autres représentations, et particulièrement celle qui nous intéresse, à savoir la représentation (ou suggestion) ethnique et culturelle. Face aux auteurs et académiciens qui concluent en la nature apatride de l'anime, nous défendrons au contraire la présence de caractéristiques culturelles et visuelles distinctes qui permettent de mettre à jour des représentations différenciées que nous ne pensons pas inoffensives. À ceux qui voient l'anime comme simple mode de divertissement, ce que les études de genre invalident déjà, nous pouvons encore présenter l'utilisation perverse qu'il est possible d'en faire, inscrivant une nouvelle fois le rapport entre anime, culture et identité.

2.3.2 Le cas Aum Shinrikyô

La culture populaire a été associée à de nombreuses craintes dans le passé. Si nous avons décrit les doutes des populations réceptrices de ce contenu à l'international, les mêmes questionnements se sont posés au Japon, particulièrement dans les années 1980 et 1990, à l'occasion d'explosions de violences liées à cette culture qui se massifie. Parmi les plus mémorables, notons celles du tueur otaku ou de la secte Aum. Le culte, émergeant dans les années 1980 et responsable des attaques au gaz sarin dans le métro de Tokyo en 1995, s'est justement partiellement établi grâce à la culture populaire, d'où notre intention de l'inclure dans ce raisonnement. Il accordait beaucoup d'importance au pouvoir des images et insistait sur leur capacité à influencer les gens (Gardner 2014). Ses membres étaient pour la plupart des consommateurs avides de séries manga et anime apocalyptiques. Plusieurs des sources d'inspiration du culte, qui prévoit l'Armageddon (*Harumagedon*), la fin du monde, pour la fin des années 1990, sont similaires à des produits de la culture populaire, et le fondateur lui-même, Asahara Shôkô (de son vrai nom Matsumoto Chizuo), n'hésite pas à établir un parallèle avec. Richard Gardner cite parmi elles *Uchû senkan Yamato* (*Yamato* en France et *Star Blazers* aux États-Unis), *Mirai shônen Konan* (*Conan, le fils du futur*) et *Kaze no tani no Naushika* (*Nausicaä de la Vallée du Vent*), mais aussi *Akira* et bien sûr *Genma taisen: Harumagedon* (*Genma Wars*) (Ibid. : 202-203). Toutes ont en commun des mondes confrontés à la destruction (comme fait établi ou événement prochain), causée par la stupidité humaine, ou une force maléfique, avec la possibilité que certains soient sauvés par un groupe de héros. Pour Aum, qui voit la fin du monde comme inévitable, cette salvation est réservée aux

adeptes qui pourront survivre grâce à l'établissement d'un royaume millénaire sur Terre, créé par Asahara, leur leader (Ibid.). Ce dernier est présenté comme un prophète, un messie, doté de visions et de pouvoirs que les plus méritants de ses fidèles pourront acquérir.

Fort de cet accès à la culture populaire, le groupe se développe et s'agrandit à l'aide de publications diverses : magazines, vidéos, musique, cassettes de prêches, manga et anime (Ibid.: 204). D'abord critique à propos des deux derniers médias, capables d'embrumer l'esprit, la secte Aum commence à les décrire positivement et à en produire elle-même dans les années 1990. Elle admire justement la science-fiction, et le regard des auteurs tourné vers le futur, qu'elle voit se réaliser comme prophétique... S'en inspirant ouvertement, elle ira même jusqu'à appeler le purificateur d'air qu'elle met au point en préparation des attaques au gaz le « Cosmos Cleaner », un emprunt direct au nom de la machine à filtrer les radiations de l'anime *Uchû senkan Yamato* (Ibid.: 209). Elle publie aussi *My Guru*, sous la forme de manga et d'anime, qui mettent en scène son fondateur, à l'apparence similaire aux représentations du Christ, dans divers contextes. À la suite des attaques terroristes perpétrées par le groupe, la presse accorde une importance particulière aux liens qui l'unissent à la culture populaire. On reprochera notamment aux fidèles du culte et à Asahara un fait inquiétant... celui de ne pas être capable de différencier la fiction de la réalité (Ibid.). Il faudrait effectivement se demander quel est le recul de l'audience vis-à-vis du contenu qu'elle consomme et de sa compréhension des codes et symboles qui le composent, des réflexions auxquelles le domaine académique devrait pouvoir apporter des éléments de réponse.

2.3.3 Anime et études académiques

Les anime sont depuis quelques années devenus un sujet relativement fréquent dans les études académiques, particulièrement celles portant sur les représentations de la culture et de la société japonaise, ce dans quoi nous nous inscrivons, bien que les études de genre soient généralement préférées à notre angle d'approche ethnique. Ils ont également été abordés dans d'autres domaines : les sciences politiques, l'histoire, les relations internationales, la technologie, la psychologie, la philosophie, la religion... ce qui montre effectivement qu'ils sont un sol fertile pour l'analyse (Condry 2013, Berndt 2018). Au-delà de leur nature commerciale, les anime ne sont pas qu'un business mais également une plateforme créative qui permet d'inscrire les idées et expériences d'une période, que leur production continue réactualise sans cesse. Chargés de symboles, d'images

archétypales, derrière des stéréotypes faciles, on trouve une véritable richesse de certaines productions, et les autres permettent au moins de témoigner des tendances d'une époque.

L'anime est en effet consommé par plusieurs générations, et particulièrement les plus jeunes, reflétant donc certaines idées et représentations, qu'il contribue à construire chez d'autres par l'usage d'un langage populaire accessible et d'images omniprésentes. C'est aussi une plateforme qui, malgré ses influences extérieures, l'ambiguïté de son nom et de ses personnages, sa consommation transnationale, ses méthodes mêmes de production, continue à être caractérisée comme japonaise (pour une raison sans doute !), ce qui nous pousse à la considérer comme une forme de cinéma national, porteuse d'éléments de la culture et de l'identité japonaise (Onemu 2020 : 33). L'anime est encore intéressant à d'autres niveaux : celui des animateurs-auteurs, des studios de production, de la scène de culture populaire plus large dans laquelle il s'inscrit, révélatrice d'une consommation multiplateforme de personnages, mondes et histoires que se réapproprient les fans, revigorés par le potentiel de culture participative qui leur est offert. En même temps, sa forme, d'images dessinées en lieu du réel, le place à « un pas » de celui-ci, dans un espace hybride qu'il nous faut considérer prudemment, surtout avec le sujet qui est le nôtre (Yoshida 2008 ; Denison 2015).

Cet aspect de l'anime (et plus largement de l'animation), comme production hybride, de par ses origines, ses méthodes de production, les thèmes universels auxquels il recourt, fait de lui un Autre dont on retrouve un exotisme et une différence qui le distinguent de sa contrepartie : le film de live action (quoique les frontières entre les deux médias, ou leur rapport à leur réalité, sont de plus en plus ténues) (Yoshida 2008 ; Zahlten 2013). Ce statut d'altérité de l'animation, pour notre sujet de l'Étranger, semble particulièrement adéquat, d'autant plus que les questions raciales et ethniques ont trop souvent été évacuées de l'analyse académique au nom d'une ambiguïté de la représentation que nous voulons remettre en question.

Un grand nombre de théories existent sur le sujet. Bien sûr, nous avons évoqué la notion de *mukokuseki*, absence d'odeur, qu'avance Iwabuchi, mais on peut encore mentionner le « fantasyscape » dont parle Napier, inspirée d'Appadurai, qui envisage l'anime comme une réalité « alternative », séparée de celle de l'audience, qui s'approprie les œuvres pour construire un monde imaginaire de références communes (Fennell *et al.* 2013). Les deux théories, finalement, n'imaginent pas que les anime puissent constituer un accès à la culture japonaise, ou alors de façon

superficielle, ne représentant de la réalité que ce qui est « convenable », « commercialisable », « promotionnel », réaffirmant le Japon comme exotique Autre, suffisamment différent pour attirer l'audience étrangère, mais pas assez pour la rebuter (c'est effectivement l'objectif du Cool Japan, il faut le reconnaître).

D'autres auteurs contestent cependant l'absence de caractéristiques ethniquement reconnaissables dans les anime. La littérature académique s'y intéressant se réduit cependant généralement à une dichotomie entre « Blancs » et « Asiatiques », « Occidentaux » et « Orientaux », parfois plus étroitement entre « Blancs » d'un côté et « Japonais » de l'autre, laissant de côté les représentations noires, et bien souvent celles des personnes métissées (d'autant plus si leurs parents sont tous deux issus de minorités) (Lei 2018). Pour commencer, Lu (2008) suggère trois possibles raisons à l'apparence internationale des anime, laquelle passe par un processus de « dé-japonisation » de leur contexte, du design de leurs personnages et de la narration. Premièrement, l'auteure suggère effectivement une tactique commerciale de l'anime, qui s'internationalise d'une façon apolitique pour attirer l'audience étrangère. Elle envisage toutefois deux autres possibilités : une internationalisation suivant le modèle occidental pour satisfaire l'audience nationale ; et une auto-orientalisation internationale, cette fois pour établir le Japon comme puissance asiatique dominante dans la région. Nous reviendrons sur les hypothèses de Lu dans le prochain chapitre, mais il nous faut tout de même souligner qu'elles témoignent d'enjeux politiques et nationaux associés à la représentation des anime, qui n'est donc pas sans conséquence. Ces représentations conduisent à divers choix esthétiques et narratifs explicités par Lei (2018) qui s'intéresse à la représentation et la construction des personnages noirs, et les sépare selon quatre modèles. Premièrement, les personnages peuvent être dessinés d'une manière qui suggère leur différence ethnique ou raciale. Deuxièmement, les personnages peuvent être implicitement ou explicitement rattachés par leurs actions ou déclarations à des ethnicités ou races existantes. Troisièmement, les personnages à la peau foncée peuvent être les antagonistes de l'histoire, ou en tout cas avoir des motivations ultérieures. Quatrièmement, ce genre d'individus est virtuellement inexistant dans un univers ou un endroit où on pourrait pourtant s'attendre à les rencontrer. Ces quatre modèles, nous pouvons en fait les appliquer plus largement qu'aux personnages noirs (qui demeurent certes les plus facilement identifiables), selon les genres de l'anime, pour étudier leurs représentations et perceptions par les autres personnages et incidemment par leurs créateurs et l'audience.

Justement, il nous faut considérer la question de la nature de l'anime, de ses possibilités et limites.

2.4 De la nature du médium : spécificités, atouts et limites

2.4.1 Les genres de l'anime

Les challenges qui viennent avec l'analyse de l'anime ne s'arrêtent pas aux spécificités du médium mais des genres qui le composent, qui possèdent en eux-mêmes divers codes, atouts et limites qu'il faut prendre en compte pour en offrir une analyse pertinente.

Nous le soulignons peut-être tardivement mais l'anime n'est pas un genre, contrairement à ce que certains abus de langage laissent à supposer. Il est un médium de narration, au même titre qu'une chaîne d'information télévisée, un journal, une station de radio... En même temps, on peut aisément le qualifier de « média », le pluriel du premier, ou de « multi-média » par son interconnexion à d'autres formes : manga, jeux vidéo, films, etc. Le médium correspond à la manière dont le contenu parviendra à l'audience - ici, celle d'images animées doublées de musiques et voix synchronisées, disponibles grâce à certains outils numériques (Internet, ordinateurs, télévisions...) -, le genre, quant à lui, tient davantage de la forme de l'œuvre, de son exécution pour le public, ce que le cinéma divise généralement en drame, action, aventure, comédie, thriller, fantastique, historique, science-fiction... La liste est longue.

On peut considérer certaines caractéristiques ou codes comme universels à l'anime, des mouvements particuliers, l'expression d'émotions du visage (la fameuse goutte de sueur qui indique autant l'embarras que l'exaspération, mais définitivement pas la sueur) (Drazen 2014). Levi (2013) souligne encore des thèmes répandus : ceux de la « tristesse », de « l'environnementalisme » ou de la « terreur » qu'on retrouve de façon assez unique dans les anime (mais on peut arguer qu'ils se retrouvent plus largement dans l'animation, du moins celle japonaise) (Levi dans Cho *et al.* 2018 : 485). Les genres de l'anime en tant que tel cependant, bien qu'ils constituent un point d'entrée de choix pour les fans pour découvrir et visionner des œuvres, demeurent très ambiguës. Cela tient à la nature composite du média et complique le processus de sélection pour analyse.

Il existe différentes caractérisations des anime, qui vont de pair pour les fans. L'audience visée, le setting, le ton et le scénario sont des éléments qui sont généralement associés dans les recherches et recommandations de la communauté, malgré leurs différences évidentes. Et à ces quatre éléments, on peut encore ajouter d'autres foci mis en valeur par Cho et al. (2018) : les personnages, le sujet de l'œuvre, son association à d'autres, la présence de certaines scènes et éléments (de fan service, d'action, etc.) ou encore certaines techniques de production (style visuel, longueur, doublage...).²⁷ Une telle variété rend la sélection d'œuvres difficile. Combien de critères doivent-elles partager ? Lesquels sont les plus importants, et pour qui ? Commercialement, c'est certainement l'audience qui l'emporte, mais à lui seul ce critère ne présente que peu d'intérêt puisqu'il n'est aucunement révélateur du contenu ou des thèmes de l'œuvre.

Détaillons un peu plus ce qui pour nous représente les caractéristiques essentielles de l'anime. Premièrement, l'audience peut être considérée comme une sorte de fondation, un élément de base sur lequel ajouter des attentes plus spécifiques. Ce critère d'audience est si répandu au Japon que les manga et anime qui nous parviennent en Occident en portent souvent le nom, laissé en langue originale. L'audience se divise en six branches, qui s'avèrent vastes, et parfois suffisamment ambiguës pour se recouper. On trouve parmi elles du contenu pour la « famille », adapté à tout public, du contenu pour « enfants » (kodomo) qui correspond généralement à des anime créés pour les moins de 10 ou 12 ans (plus ou moins l'âge de l'entrée au cycle secondaire), puis des divisions genrées entrent en compte avec la maturation du public. De l'entrée au secondaire jusqu'à l'université (même si dans les faits, ils sont aussi très appréciés par les adultes) on retrouve les shōnen (orientés pour les garçons) et leur équivalent féminin, les shōjo. Les shōnen s'avèrent même si populaires que les œuvres qui y appartiennent finissent régulièrement dans les meilleures ventes, au Japon comme à l'étranger, où ils forment le genre le plus consommé. L'audience plus âgée peut ensuite se tourner vers les seinen (pour jeunes hommes) ou les josei (pour jeunes femmes) (Ibid.: 491). Dans les faits cependant, nombre de jeunes garçons lisent des shōjo, et encore plus de jeunes filles des shōnen, les seinen représentant pour tous une évolution vers un contenu parfois plus violent, graphique, qui gagne en tout cas en profondeur et sérieux ; alors que les josei, il faut le dire, souffrent de ne tourner qu'autour d'histoires d'amour (certes romantiques, fantaisistes, dramatiques ou encore érotiques). Ce critère de l'audience, du moins pour des consommateurs

²⁷ Voir le tableau en annexe pour prendre connaissance de la liste complète.

occidentaux, est donc déjà problématique dans son classement binaire masculin/féminin, adulte/enfantin, loin d'être imperméable.

Deuxièmement, le setting est ce qui va déterminer en quelque sorte « les unités de lieu, de temps et d'action » des manga et anime. Avec le lieu, on a accès aux genres de l'*isekai* (les mondes et univers parallèles), aux westerns, aux séries dans l'espace, dédiées à la vie scolaire, au monde de l'entreprise, etc. Avec l'unité de temps, on retrouve le cyberpunk, le steampunk, le genre historique ou moderne, habituellement considérés comme sous-genres (Ibid.: 492). Le premier englobe des succès tels qu'*Akira*, *Ghost in the Shell* ou *Psycho-Pass*. Le deuxième est le genre de *Nausicaä*, du *Château Ambulant* ; et du côté anime on retrouve l'incontournable *Fullmetal Alchemist* ou encore *Nadia, le Secret de l'Eau Bleue* (de Hideaki Anno à qui l'on doit la série *Evangelion*). Le genre « historique » parle de lui-même, mais nous montre également les limites de cette classification puisque *Psycho-Pass*, *Nadia* et *Fullmetal Alchemist* s'y inscrivent partiellement... Avec l'unité d'action enfin, on se réfère plus spécifiquement au fantastique, à la science-fiction, à la dystopie, ce que les autres catégories suggèrent sans forcément s'y engager.

Troisièmement vient le « ton » (*mood*) de l'anime, que Cho et al. divisent en sept orientations : la tragédie, le thriller, la comédie, le psychologique, l'horreur, le suspense et l'*iyashikei* (le contenu « thérapeutique » ou apaisant, dont les productions se sont multipliées depuis les années 1990). Ce choix des auteurs semble mettre en valeur une orientation dramatique, ignorant la romance, le surnaturel, l'aventure ou la « tranche de vie » (un genre plus large que l'*iyashikei*, qui s'y inscrit) qui pourraient pourtant s'inscrire dans une telle catégorie.

Finalement, la section « scénario » ou intrigue (*plot*) s'avère elle-même ambiguë et difficile à départager de la précédente. C'est ici que l'étude de Cho et al. inclut la tranche de vie, l'aventure ou encore la romance (et très probablement le surnaturel), qui à mon sens sont plus indicateurs du ton, ou de l'angle d'approche de l'œuvre, que de son déroulement. S'y ajoutent des éléments qu'on pourrait considérer comme tenant plus du détail : dans le cas de la romance par exemple, on aurait accès à des informations spécifiques telles que le nombre de protagonistes impliqués (triangle amoureux, harem, etc.), le type de romance (hétérosexuelle, homosexuelle...) ou à d'autres éléments plus ou moins accessoires à l'intrigue.

Ce sont donc ces trois, ou quatre, catégories que nous considérons comme les plus révélatrices dans la nature de l'œuvre, et qui dévoilent en parallèle la complexité d'en choisir seulement une poignée à analyser... et pour quels résultats ? Le critère d'audience est moins révélateur de qui consomme les anime que d'une cible clé qui effectivement est peut-être atteinte, mais est loin d'envisager l'ensemble de son public, les settings s'entrecroisent, impliquent généralement un ou plusieurs éléments qu'on retrouve dans les tons et l'intrigue, des catégories que l'on peut juger extrêmement perméables et qui bien sûr influencent les types de personnages, de sujets, ou d'éléments présents. Que les anime choisis soient adaptés de romans, manga (c'est le cas de 90% des œuvres en circulation en 2008) ou aient d'autres origines a peu d'importance pour notre analyse, la plupart étant tout de même basés sur des œuvres japonaises (MacWilliams 2008 dans Tomos 2013 : 18). On pourrait envisager de n'étudier que les œuvres d'un seul studio, mais à moins de productions originales à la charge de la même équipe, qui ne subirait pas les pressions de l'audimat ou du marché, le résultat n'aurait aucune pertinence, et les anime pas plus de points communs entre eux qu'avec les autres séries en circulation.

On comprend alors que différents genres, ou différentes interprétations de ce terme ambigu dans le cas des anime, influencent grandement la recherche, ce pourquoi nous pensons qu'il est nécessaire de mélanger les critères que nous avons énumérés précédemment, envisageant que les représentations de l'Étranger que nous cherchons à identifier existent dans ces différentes catégories et « à travers » elles. Il nous faut toutefois souligner que, dans une définition plus « hollywoodienne », qui se base plutôt sur le ton de l'œuvre (nos catégories trois et quatre), chaque « genre » de l'anime a ses spécificités, ses atouts et ses limites en ce qui concerne l'analyse des éléments étrangers d'une œuvre. Plutôt que de tous les présenter, nous nous contenterons de détailler ceux qui nous serviront dans notre analyse et de justifier le pourquoi de leur pertinence.

Pour commencer, la science-fiction est un incontournable dans l'analyse des anime, étant le premier genre avec lequel l'audience japonaise, et une partie de celle étrangère, est entrée en contact à la diffusion d'*Astro Boy* de Tezuka. Des années plus tard, quand l'anime commence véritablement à s'internationaliser dans les années 1990, ce sont des longs métrages tels qu'*Akira* ou *Ghost in the Shell* qui retiennent encore l'attention et inspirent consommateurs et producteurs (on peut par exemple mentionner *Matrix* (1999), des soeurs Wachowski, très inspiré de *Ghost in the Shell*, qui sera décliné ensuite en une série de courts métrages anime *The Animatrix* (2003)).

Dès lors, le lien entre anime et science-fiction est établi, un genre qui par les réalités potentielles et futuristes qu'il crée se caractérise également par une représentation plus fréquente d'éléments « non-japonais » (Schodt 2007 ; Condry 2013 ; Tomos 2013 ; Denison 2015). Ces éléments, autant qu'ils foisonnent, ne rendent pour autant pas l'analyse évidente, car il faut se demander alors quelle part de ce qui nous est présenté est « réelle », et quelle part ne l'est pas. Avec l'arrivée d'androïdes et de races aliènes, la disparition et la fusion de nations et cultures, il nous faut songer au genre de considérations à accorder aux personnages, paysages, références « étrangères » ou « japonaises ». Plus que jamais, la science-fiction met en avant une question au cœur de l'analyse des anime, à savoir... que représentent-ils de réel ou d'imaginaire ? Et de quoi sont-ils révélateurs ?

Pour éviter de tomber dans des pièges analytiques insoupçonnés, il semble pertinent d'établir une comparaison entre ce genre de science-fiction et des catégories plus orientées vers le réalisme, et pourtant souvent tournées vers une audience moins âgée. Nous nous pencherons pour cela sur le shôjo, une des catégories les plus anciennes et populaires, qui voit le jour sous sa forme anime dès 1966 avec *Sally la petite sorcière*. Le genre est intéressant, car il vise une audience féminine qui suit elle-même les aventures de jeunes filles, le plus souvent dans un setting réaliste et centré sur la vie scolaire ou les quelques années suivant la fin du lycée. Il possède aussi des codes graphiques qui lui sont propres, très associés au contexte de romance qui l'accompagne. Particulièrement intéressant pour son traitement de la féminité, de la masculinité et des représentations de genre qui y sont associées, le shôjo emprunte régulièrement des éléments étrangers qu'il mêle à sa narration. C'est avec lui notamment qu'apparaissent le plus les représentations fantasmées de l'Europe (blanche), de l'époque baroque... autant d'allusions plus ou moins brèves à d'autres cultures qu'il sera judicieux d'observer.

De façon plus surprenante peut-être, le potentiel des anime portant sur le sport nous paraît aussi à souligner. Il s'agit d'un des genres, généralement classé comme shônen, qui s'avère les plus populaires, et qui, à l'opposé du shôjo, est souvent centré autour de personnages masculins. Dans un setting généralement réaliste (malgré les prouesses parfois surhumaines des héros), les anime de sport font partie de ceux qui présentent ouvertement des pays et personnages étrangers, rencontrés dans le cadre de compétitions. Le genre est donc ainsi potentiellement le plus direct et « communicatif » dans sa représentation et son rapport à l'Autre, en même temps qu'il fut l'un des

premiers à être diffusé à l'étranger, en France notamment, et localisé en conséquence. Les années 1980, 1990, et 2000 furent alors pour les enfants français l'occasion de consommer, sans qu'ils le sachent nécessairement, bon nombre d'anime sportifs, ce qui en inspira plus d'un à franchir la limite entre le fictionnel et le réel, en s'inscrivant dans des clubs pour se rapprocher de leurs héros (Laffage-Cosnier et Inaba 2016). Ce genre reflète également un processus d'« occidentalisation » des sports impliqués, les anime portant sur des sports traditionnels japonais étant relativement rares en comparaison des représentations de disciplines populaires comme le basket, le baseball ou le football. En somme, le sujet du sport a plus de potentiel que ce que son nom ne le suggère au premier abord.

Nous avons donc ici trois « genres », tous séparés dans la classification de Cho et al., qui seront la clé de voûte de notre analyse.

2.4.2 Le *character-building* ou le personnage au centre de la sphère anime

Dans cet imbroglio animesque, une chose est stable, l'importance du personnage, à la fois comme outil financier, création artistique et réceptacle à l'implication collaborative des fans, laquelle s'inscrit dans des domaines tant imaginaires que physiques.

Cette place qu'occupent désormais les personnages dans les œuvres anime n'est pas unique, mais demeure relativement spécifique à ce média et ceux qui l'entourent, incluant les autres formes d'animation. En effet, c'est à Disney, puis à Tezuka, fervent admirateur du premier, que l'on doit la construction de l'anime telle que nous le connaissons : une construction qui fait des personnages le squelette des œuvres, supportés par des histoires dont ils sont les héros et qui sont principalement pensées pour les mettre en valeur, eux, plus que l'intrigue. Cette voie, le cinéma semble s'y engager quand on constate le succès des franchises de super-héros, réunis plus souvent que jamais, et l'apparition d'un nombre conséquent de séries télévisées qui se reposent considérablement sur le charisme de leurs protagonistes. Ces derniers attirent et fidélisent l'audience plus que le développement d'intrigues complexes, coûteuses et ambitieuses, qui de fait aboutissent de moins en moins, entraînant, dans une ère de commercialisation créative, la mort des scénarios hors du commun.

Disney, donc, est à l'origine d'une emphase sur les personnages principaux, leurs acolytes humains ou animaux, et surtout leur commercialisation, une technique que Tezuka reprendra pour donner naissance au tout premier anime, *Tetsuwan Atomu (Astro Boy)*. Steinberg (2012) remarque que ce sont ces premiers partenariats, avec Meiji Seika, et l'arrivée de produits dérivés, qui ont marqué le début d'une nouvelle ère pleine de promesses pour les anime. Ils vont dès lors compter sur la création de personnages iconiques (puis des stéréotypes de ces icônes) pour assurer la viabilité de la production, financée par leur commercialisation et leur déclinaison sous forme de gadgets et objets en tout genre, qui vont constituer la majorité des profits de l'anime. Dès les débuts télévisés de l'anime, le média se retrouve donc lié à une industrie commerciale grandissante qui lui permet d'exister en même temps qu'elle le contraint, suivant un seul mot d'ordre : le profit. Si l'œuvre est populaire, elle aura une longue vie ; si elle ne l'est pas, il faut limiter la casse... surtout, il n'est pas question de prendre des risques inconsidérés en adaptant, ou créant, du contenu audacieux de par son originalité ou des positions politiques ouvertes (sauf rares exceptions), et l'exemple premier d'Atomu offre déjà une soupape de sécurité au nouveau média en se basant sur un manga à l'audience déjà établie, ce qui orientera la relation manga-anime. *Tetsuwan Atomu* marque également le début de la dissémination des personnages animés dans la vie quotidienne des Japonais, qui deviennent omniprésents dans la publicité et cessent de peupler exclusivement l'imaginaire des jeunes enfants (Ibid.). Ces personnages changent le rapport à la transaction commerciale, ajoutant à celle-ci des aspects ludiques et affectifs et orientant le Japon de la période d'après-guerre de la manufacture à l'industrie des services : une industrie aujourd'hui supportée à hauteur de plus de 20 milliards de dollars américains par le marché anime (qui dans le vocabulaire japonais inclut toutes les formes d'animation), dont au moins trois milliards proviennent de l'industrie des personnages (Grand View Research 2019 ; ReviewMoose, avril 2021). Le marché anime constitue d'ailleurs la plus grosse part (près de 90%) des exportations télévisées japonaises (Cooper-Chen 2012 : 44).

Les personnages sont également l'une des clés qui connectent les anime aux autres médias, en ce que Steinberg qualifie d' « anime media mix ». Leur rôle, indissociable de l'existence de l'anime depuis ses débuts, influence encore d'autres manières sur ses caractéristiques essentielles : au-delà des techniques d'animation limitée, l'anime est un produit dépendant d'autres plateformes (la télévision, les DVDs, Internet...) et définitivement « transmédiatique ». En effet, ce qui circule à travers les plateformes et médias, ce sont les personnages, qu'on apprend à aimer, et dont la

commercialisation permet en quelque sorte le « transfert », ce qui leur offre la possibilité d'apparaître dans les manga, anime, jeux vidéo, films et romans (sans ordre prédéterminé), ou encore sur les machines de pachinko, les affiches, les boîtes de bentô, les vêtements... de façon exponentielle ! Tant et si bien que le Japon, qui porte bien plus d'un titre, en gagne un nouveau par cette pratique, celui d' « Empire des Personnages », lesquels accompagnent les locaux comme les touristes chaque jour, des portes de l'aéroport jusqu'à l'intimité des logements (Steinberg 2012 : 41). N'oublions pas bien sûr la participation active des fans dans le processus, qui se réapproprient les anime et leurs personnages, pour les incarner (en *cosplay* dans des conventions voire pour en faire leur métier) ou les réimaginer (par des pratiques comme l'écriture de fanfiction, *dôjinshi*, la création d'AMV, etc.).²⁸ Il n'est pas question de dire que le scénario est inexistant dans les anime, mais plutôt que l'atout phare du genre repose sur son facteur « humain », d'images de personnages qui prennent vie, et que, selon les plateformes, le monde qui les entoure peut être repensé, réarrangé, avec plus de flexibilité que les personnages eux-mêmes, qui sont des essentiels quasi métonymiques du média. Il n'y a qu'à se pencher sur les catégories de fanfictions pour réaliser qu'effectivement, ce sont eux, et souvent la dynamique qu'ils entretiennent avec d'autres, qui stimulent la créativité des fans, et plus rarement le monde dans lequel ils évoluent.

Créer un anime, c'est donc créer avant tout un set de personnages attachants auxquels l'audience aura envie de revenir. Des personnages qui sont le gagne-pain des animateurs, le focus d'une audience exigeante (aux attentes parfois de niche), la potentielle poule aux œufs d'or des sponsors et le cœur de l' « anime media mix » (Ibid.). Et ces personnages, on en prend soin : au-delà leur apparence, on prête attention à ceux qui les entourent, à leur environnement, à l'importance de leur développement psychologique dans les arcs narratifs... Peu de choses sont laissées au hasard. On polit leur style vestimentaire, leur façon de parler, les couleurs qui leur sont associées... leur voix en particulier est l'objet de beaucoup d'attention (Condry 2009 : 140). Le doublage est un aspect important du marché de l'animation au Japon et les *seiyû*, voix off de programmes télévisés, d'anime et jeux vidéo, sont des stars dans leur domaine, possédant des fan-clubs internationaux, qui témoignent du prestige de leur position. Pour certains fans, la présence seule de leur *seiyû* favori

²⁸ La fanfiction est un récit inspiré des œuvres et produits médiatiques affectionnées par les fans ; les *dôjinshi* y ressemblent puisqu'il s'agit encore de travaux de fans, à la différence qu'ils ont le format de manga et nouvelles, et sont commercialisés (représentant une part non-négligeable des recettes de l'industrie otaku). Les AMV enfin, ou anime music video, sont des productions qui combinent des extraits d'anime à une bande son, une pratique qui ne peut être rémunérée puisqu'elle se base sur des contenus sous copyright.

justifie de regarder un anime (Condry 2013 : 105). Il ne sera donc pas étonnant que notre analyse prête une attention toute particulière aux personnages animés, qui sont le cœur et le squelette de l'œuvre. Avant cela toutefois, il nous faut avoir une vue d'ensemble du processus créatif des anime, que nous n'avons abordé que par pièces jusqu'à présent, et qui révèle que la valeur de l'anime ne se situe pas exclusivement dans son contenu, mais aussi dans son contexte créatif.

2.4.3 De la production à la consommation : l'anime comme œuvre circulaire

Maintenant que nous avons justifié notre objet d'étude, il convient toutefois de se demander comment l'aborder... Si nous avons en effet montré que l'anime appartient à une toile complexe en abordant ses aspects économiques et culturels, ses liens à l'international, son interconnexion aux autres médias... nous n'avons finalement pas été prolixes sur la nature circulaire qui le caractérise, qu'une description détaillée de sa production et consommation saura éclairer. Ainsi, toute analyse qu'on puisse faire du média, il faut se demander de qui elle émane... des studios ? des animateurs-chefs ? des sponsors ? du gouvernement ? de l'audience ? Nous espérons par cette mention être en mesure de nuancer notre analyse du prochain chapitre, qui portera finalement sur notre véritable sujet : l'analyse de la représentation.

Le monde de l'anime, nous l'avons déjà mentionné, est composite. Non seulement empiète-t-il sur d'autres, avec lesquels il forme la culture populaire japonaise, mais encore dépend-il d'un fonctionnement collaboratif et créatif basé sur une trinité d'acteurs : producteurs, sponsors, et consommateurs, que nous aborderons un à un (Condry 2013). Ainsi, avant de se demander ce que représente l'anime, encore faut-il déterminer ce qu'il est, une question vaste, à laquelle une étude de l'histoire du médium ou de ses caractéristiques intrinsèques, ne suffit à apporter une explication satisfaisante. Qui crée l'anime ? Pour le dire simplement, énormément d'acteurs issus de domaines différents, et dont les attentes elles-mêmes ne sont pas nécessairement identiques, bien au contraire. L'anime naît de multiples personnes, en de multiples endroits, d'un processus collaboratif fluide. Mais Condry (2013) nous met en garde sur ce terme. Le concept de collaboration est en effet à double tranchant. Comme il le souligne, collaborer, c'est « travailler avec », mais encore « travailler pour l'ennemi » (Ibid.: 4). Plus que « participer », le terme sous-entend une forme de hiérarchie, des règles plus rigides. L'influence de l'anime et son potentiel ne sont donc pas explorables exclusivement par ce qui est affiché à l'écran et tout le contexte qui entoure le médium

a son intérêt pour le juger. Si l'analyse du contenu de l'anime et de ses symboles sera le cœur de notre sujet, d'autant plus pertinent qu'ils illustrent un processus de changement et de mondialisation « par le bas » (Ibid.: 215), car la culture populaire est facile d'accès, nous ne pouvons ignorer complètement l'industrie qui se trouve derrière où se mêlent business, activités de fan, nationalisme gouvernemental... Et alors, on peut se demander ce que l'anime reflète, ou promeut. Serait-ce les idées du studio et des animateurs, les désirs et les peurs des fans, les objectifs des sponsors commerciaux et politiques ? Le médium est multiface, en cela, et dans ses déclinaisons, techniques et thèmes (Bolton 2018).

Du côté de la production, on retrouve bien sûr les studios et artistes, qui aujourd'hui encore travaillent dans une « industrie artisanale » qui n'a finalement pas tant évolué depuis ses débuts (Ibid.: 7). À l'intérieur des studios, des rangées d'ordinateurs et de bureaux, et une atmosphère qui laisse entendre qu'on n'y compte pas les heures. Pourtant, un studio emploie d'une quinzaine à plusieurs centaines de personnes et s'appuie aussi sur des travailleurs freelances. Les artistes et animateurs populaires, quant à eux, inspirent la jeune génération, au Japon et dans le reste de l'Asie, à se lancer dans le domaine. Pourtant, la vie de l'animateur lambda est rarement facile, le salaire est bas, souvent insuffisant pour en vivre, ce qui pousse les animateurs à bouger d'un studio à l'autre, dont il existe des centaines, la plupart ayant leur siège social à Tokyo. Beaucoup ne restent pas dans le métier, en changeant complètement ou se dirigeant vers des industries plus lucratives, comme celle du jeu vidéo (Ibid.: 15). C'est que le budget des anime est en état de crise constante depuis 1963, rendant les studios dépendant des industries parallèles (le business des jouets par exemple) et des diffuseurs (Clements et McCarthy 2015). L'industrie a pourtant connu plusieurs booms, qui n'ont pas changé le problème... Le dernier en date est celui des années 2010, à son ouverture croissante aux marchés étrangers, et à l'augmentation significative du contenu plus adulte, qui dépasse pour la première fois numériquement les programmes à destination des enfants (Novielli 2018 : 125). Pour alléger les coûts de production, outre les salaires médiocres des animateurs, le recours à des collaborations est fréquent, de même que le choix de graphismes plus caricaturaux et simplifiés. Certes, il existe des coproductions avec des studios étrangers, en Chine, en Corée, en Inde, en Europe, ou en Amérique, qui traduisent un « transnationalisme cosmopolite opportuniste », mais les studios comptent surtout beaucoup sur de la main-d'œuvre à bas prix et des sous-traitants asiatiques, ce qui forme des animateurs pour qui le modèle esthétique et narratif japonais devient une norme (Lamarre 2009 : 90 ; Onemu 2020 : 17-18). Pour les studios, outre

l'avantage économique, c'est un énorme gain de temps et de main-d'œuvre, qui conduit à ce que 90% de leurs frames soient produites à l'étranger (aux Philippines, en Corée du Sud...), parfois avec des résultats peu concluants... (Condry 2013 : 7). En ce sens, l'industrie de l'anime est peut-être moins « japonaise » qu'on ne le pense. À cela, on peut ajouter qu'elle est très masculine. Peu de femmes travaillent dans les studios, en tout cas à des postes de direction (selon les studios, le ratio est d'une femme pour trois à cinq voire six hommes), alors qu'en parallèle, les auteures sont une source majeure des manga adaptés en anime, la plupart tendant à produire pour une audience féminine jeune, qui ironiquement est donc alimentée en contenu par des hommes à l'âge certain (Ibid.: 6). Passé cet aspect cocasse de la production, il nous faut encore souligner qu'une grande partie de celle-ci est tournée vers le contenu érotique (les films « roses »). Ainsi, il n'est pas rare que les animateurs démarrent et terminent leur carrière avec ce segment, qui compte pour un tiers de la production (Lamarre 2009 : 318-319).

À ce premier aspect de la production anime s'ajoute l'influence qu'ont les sponsors, diffuseurs, et le gouvernement avec sa campagne du Cool Japan, sur le média. Un des aspects les plus flagrants du système de sponsorship est l'apparition de toute une panoplie de biens parallèles aux œuvres produites qui permettent de les financer et s'avèrent être bien plus lucratifs. Ces biens sont produits par des centaines d'entreprises, ce qui rend, sinon les anime, le marché qui les entoure profitable, puisque ses recettes y sont dix fois supérieures (Condry 2009 : 155). Aussi, dès la phase de développement de l'anime (voire en amont, certaines œuvres ayant été créées pour augmenter les ventes de produits déjà existants), il faut commencer à se soucier du commerce des marchandises qui lui seront associées, de leur cible commerciale, de leur design, de leur amabilité... Du côté du gouvernement, plus centré sur la politique que le business (quoique les deux coïncident), les anime sont une aubaine pour augmenter l'attractivité et le *soft power* japonais et sont exploités comme tels depuis les années 2000. Ainsi, au moment de la guerre d'Irak, plus que l'image du drapeau japonais, c'est celle de Captain Tsubasa, nommé Captain Majed, qui circule, héros footballeur des manga et anime éponymes (mystérieusement baptisés *Olive et Tom* en France) (Condry 2013 : 18). Le gouvernement investit aussi, tel que nous l'avons détaillé précédemment, dans divers domaines de la culture populaire, et dans la création d'anime, faisant de cette production culturelle une carte de visite professionnelle (Onemu 2020 : 97). Cet investissement n'est pas sans conséquence. Laura Miller soutient notamment que la promotion gouvernementale, outre son potentiel nationaliste, est également orientée vers une culture otaku masculine qui met de côté les femmes artistes (Condry

2013 : 6). Les anime peuvent donc devenir des outils politiques et économiques pour le Japon, encourageant la (sur)consommation, l'arrivée de touristes, offrant même la possibilité de réaffirmer une identité japonaise moderne et pacifiste (quand bien même elle demeure patriarcale), pour effacer les images passées d'un nationalisme guerrier, envisagé de façon très variée selon les perspectives. Jusqu'ici, la stratégie anime fonctionne (mais quelle part l'influence du gouvernement joue-t-elle réellement dans le processus ?), d'autant plus que certaines œuvres sont localisées, marketées spécifiquement, et se font ainsi une place commerciale, artistique et académique à travers le monde, touchant une audience de plus en plus large et prête à s'impliquer de multiples façons.

L'audience justement est une part essentielle du monde de l'anime. Le consommateur moyen, par exemple, ne reste, selon les estimations, que pendant deux ans dans la même tranche d'âge d'anime... ce qui impose ses propres limites au média (Clements et McCarthy 2015). Éventuellement, une fois adulte, on suppose qu'il sera pris par son travail, son couple, une vie de famille, et ne fera plus partie de l'audience, du moins pas de celle sérieusement impliquée, qui achète jouets, marchandises et se soucie peut-être du renouveau des œuvres diffusées. En effet, les générations ou tranches d'âge suivantes ne se montrent pas souvent intéressées par les œuvres consommées par leurs aînées qui souffrent vite de leur âge (pas seulement en termes de technique, mais parce que ce n'est pas forcément « cool » de consommer la même chose qu'un frère ou une sœur plus âgés ou surtout ses parents). Pourquoi alors chercher à innover, quand la mémoire des consommateurs est si courte ? La question se pose effectivement, quand on connaît les modèles et archétypes qui fonctionnent. Les consommateurs sérieux, qu'on appellerait peut-être des otaku (quoique le terme suppose un engagement intense en japonais) sont quant à eux perçus d'une façon relativement polarisée, mais possèdent un pouvoir « électoral » qui les rend essentiels au marché. Au cœur d'une culture participative vivante et dynamique, ils sont à l'origine de conventions, de clubs scolaires et universitaires, de forums, démocratisent le cosplay, écrivent dôjinshi et fanfictions de leurs œuvres favorites, créent de la musique (AMV et vocaloid), s'approprient les personnages, pour communiquer entre eux par l'intermédiaire de ce « lubrifiant social » (Condry 2013 : 25). Non seulement participent-ils activement à cette forme de culture, mais encore la diffusent-ils par des traductions maisons, et prononcent-ils d'une certaine façon qui des œuvres en circulation « vivra » ou « mourra » par leur consommation et leurs actions (voir la campagne *Save Our Sailors (SOS)* qui a permis la diffusion de l'essentiel de *Sailor Moon*, menacée d'interruption

aux États-Unis) (Brown 2006 : 49). Pourtant, deux écoles s'opposent au sujet des otaku. D'un côté, Saitô les défend comme acteurs au regard critique sur le média anime. De l'autre, Azuma les voit comme une illustration consumériste du postmodernisme, d'individus qui, à la fin de l'Histoire, ne sont pas à la recherche de sens ou d'un fil narratif, mais à celle d'une consommation centrée sur un plaisir « animal » (Bolton 2018 : 168). Par ce genre de motivation, les otaku regarderaient moins l'ensemble de l'anime que des caractéristiques spécifiques, désireux d'y retrouver certains personnages et archétypes, du fan service (le *moe*, sentiments d'affection orientés vers les personnages fictifs), certains objets ou aspects de scénarios qu'ils ajouteraient à une « database » visuelle leur procurant un stimulus par son contenu familier auxquels ils sont réactifs (Ibid.: 159). Ces deux visions, pas nécessairement passives, mais peut-être inoffensives des otaku, Ôsawa les nuance. Pour lui, le Japon de l'après-guerre s'est caractérisé par une série d'évolutions à l'opposé du réel et les otaku sont nés dans un « âge de fiction », maintenant influencés dans l'ère néonationaliste par un « âge d'impossibilité ». Néonationalistes et otaku seraient alors à rapprocher par leurs façons de penser luttant contre la réalité sociale, réelle ou virtuelle, ce qui ferait de ces derniers des acteurs à considérer dans la dynamique de changements et reproductions des anime (Hack 2016 : 43).

Quoi qu'il en soit, les fans sont un acteur puissant. Et si pendant longtemps l'audience étrangère a été peu considérée voire complètement ignorée, elle gagne aujourd'hui en importance, au point que l'industrie de la culture populaire, au-delà des seuls anime, réfléchit maintenant à la façon d'attirer et retenir le public étranger (Condry 2013 : 208). Reste à voir si ces récentes considérations sauront effectivement reconnaître les attentes de l'audience internationale et y répondre... Peut-être cela changera-t-il les représentations de l'étranger ?

2.5 Conclusion

Finalement, ce que nous avons pu montrer à travers ce chapitre, c'est que la nature de l'anime est tout en nuances. Il nous faut ainsi prendre du recul vis-à-vis des préconçus persistants qui définissent régulièrement l'anime comme une production sérialisée japonaise à l'initiative d'un studio lui-même japonais et qui paradoxalement l'analyse comme œuvre apolitique, apatriote et accessoire à la compréhension de la culture et du contexte japonais. Comme nous l'avons démontré, ni l'histoire de l'anime, ni ses modes de production, ne sont restreints au seul contexte nippon. Sa

diffusion internationale, ensuite, n'efface pas, ou plus, son caractère japonais qui n'est pas toujours en filigrane des œuvres et y occupe parfois une place essentielle, l'ancrant dans une réalité contemporaine. Sa distribution globale n'est d'ailleurs pas dénuée d'avantages économiques et politiques qui, dès lors, remettent en question le caractère apolitique du média. Enfin, les études de plus en plus nombreuses qui y sont dédiées le sortent de l'existence marginale qu'on lui attribue. Par conséquent, notre analyse de la représentation et de la construction de l'Étranger sera faite avec le sérieux que nous pensons pouvoir attribuer à ce médium qui s'avère enraciné dans divers contextes, et a une importance politique, économique, culturelle qui ne le réduit pas aux marges de la société et de sa consommation.

Chapitre 3 – Trois décennies de changements et d’anime

“Representation does not occur after an event, but it is part of the event. Reality does not exist outside the process of representation.” – Stuart Hall (Yoshida 2008 : 15)

Nous rentrons finalement dans le cœur de notre analyse, cherchant à observer dans ce dernier chapitre les tendances et évolutions du médium anime des décennies 1990 à 2010. Nous adopterons pour cela une approche en deux temps. Nous commencerons par faire le bilan de cette période pour le Japon, particulièrement d’un point de vue démographique et médiatique, deux variables que nous n’avions jusqu’alors qu’effleurées. Nous espérons ainsi pouvoir nous munir d’autant d’outils que possible pour aborder notre seconde partie, qui sera caractérisée par l’usage d’une méthodologie tant qualitative que quantitative. Celle-ci prendra la forme d’une étude de cas en trois temps, couvrant respectivement et chronologiquement nos trois décennies, au travers de trois anime à succès, *Cowboy Bebop* (1998-1999), *Nana* (2006-2007) et *Yuri!!! on ICE* (2016). Si nous couvrirons extensivement ces trois œuvres, l’aspect qualitatif de notre recherche, nous voulons également les réinscrire tant dans leurs genres respectifs que leurs époques d’origines, ajoutant une dimension quantitative à ce travail. De la sorte, nous espérons diminuer le potentiel hasardeux d’un échantillon trop étroit.

3.1 État des lieux : L’évolution démographique du Japon

Le nombre d’étrangers vivant au Japon augmente de façon continue depuis plusieurs décennies maintenant. À quelques exceptions près, la structure démographique du pays a considérablement évolué depuis les années 1980, voire 1970, au profit d’une population à l’historique national et culturel hétérogène. La tendance, qui semble suivre une courbe stable pour le moment, remonte dans les faits aux premières pénuries de travailleurs, principalement des jeunes hommes tout juste diplômés, causées par le vieillissement progressif de la population locale, un phénomène qui n’a eu de cesse de s’amplifier (Capobianco 2020). Le Japon commence dès lors à accueillir réfugiés et immigrés, d’origines diverses, bien que majoritairement asiatiques, principalement dans des emplois dévalorisés et dédaignés par sa population. Ces flux d’immigration se diversifient ensuite, en même temps que l’intégration des nouvelles populations en territoire nippon fait naître des liens de cohabitation et de métissage.

En parallèle, d'autres « étrangers » établis depuis plus longtemps, ainsi que les populations indigènes, ont gagné en visibilité depuis les années 1990 et 2000, alors que l'Archipel devient une destination touristique prisée. Statistiquement parlant, on note ainsi en 1980 pas moins de 782 910 « registered aliens » (« étrangers enregistrés ») dont 85% de Coréens²⁹, ce qui correspond à 0,6% de la population totale du pays (Ibid.: 5). En 2018, près de 40 ans plus tard, ce sont 2,6 millions de « foreign nationals » (« ressortissants étrangers »)³⁰ qu'on recense, constituant dès lors un peu plus de 2% d'une population déclinante, un taux d'immigration en augmentation nette et battant son propre record pour la sixième année consécutive (Liu-Farrer 2020 : 3). Ce record, outre l'anomalie que constitue la période de pandémie, on peut imaginer qu'il sera rapidement dépassé puisque le Japon élargit régulièrement ses lois ayant trait à l'immigration.

Mais qui est donc cette population, si non étrangère, du moins rarement considérée comme purement japonaise, qu'on ne soupçonne pas au premier abord ? C'est ce que nous allons survoler dans les prochaines pages afin de dresser un état des lieux du Japon contemporain, établissant ainsi le « réel » contre lequel notre analyse de la représentation de l' « imaginaire » va pouvoir s'appuyer.

3.1.1 Un flux touristique qui s'intensifie

Commençons par ce qui est le plus aisément connu et reconnu de tous : le tourisme international, qui ne met pas en danger la vision de l'identité japonaise et la renforce même en soulignant son attraction unique. Par touriste, ou visiteur, nous suivons la définition et les calculs donnés par l'office national du tourisme japonais (JNTO) qui en a dressé l'évolution depuis les années 1960³¹. Eux-mêmes se basent sur les données fournies par le bureau de l'immigration du ministère de la Justice, lequel comptabilise le nombre de voyageurs étrangers entrant au Japon auquel il soustrait les résidents permanents. Le calcul prend toutefois en compte les situations de transit aérien, ainsi

²⁹ La plupart de ces Coréens sont par ailleurs les Zainichi, résidents permanents issus des migrations coréennes au Japon entre 1910 et 1945, intégrés tant linguistiquement que culturellement à la société japonaise, donc difficilement des « étrangers » malgré leur statut à part. Un certain nombre descend de ressortissants coréens arrivés à la suite de migrations forcées au Japon pendant la Seconde Guerre mondiale, afin de remplacer les travailleurs japonais conscrits dans l'armée à leurs postes de travail vacants.

³⁰ Notons ici le changement d'appellation, d' « alien » à « foreigner », perdu dans la traduction française.

³¹ Voir le site de la JBT Tourism Research & Consulting Co. à la rubrique « résidents étrangers » :

<https://www.tourism.jp/en/tourism-database/stats/inbound/>

que les réentrées dans le pays au cours de l'année, de même que les étudiants internationaux à la résidence temporaire, ce qui ne fournit pas des chiffres aussi précis qu'on pourrait l'espérer.

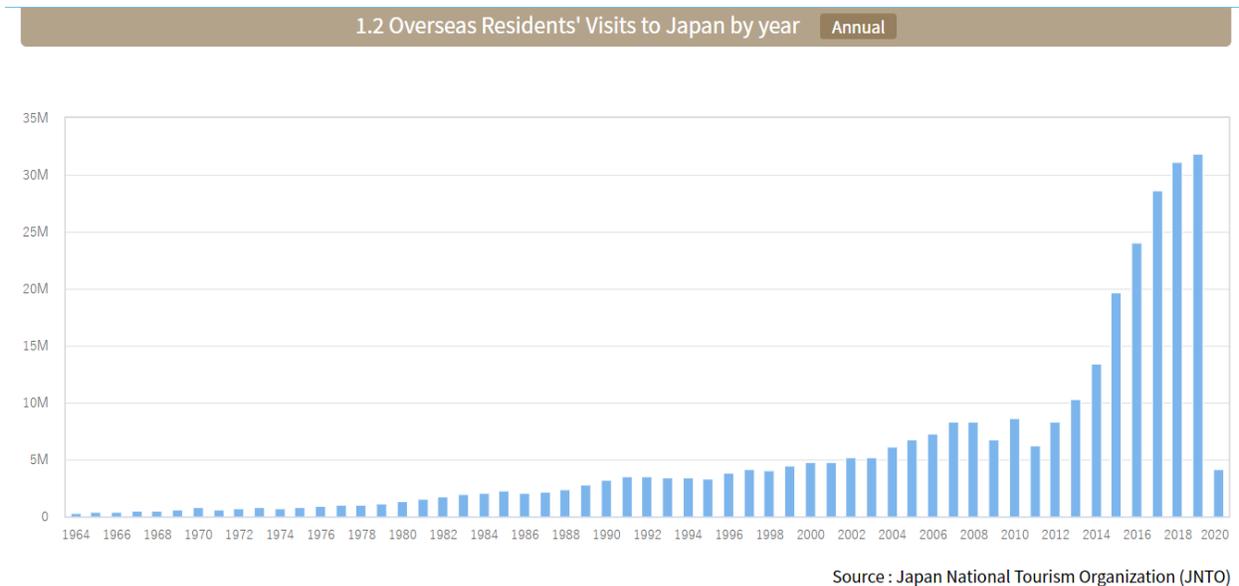


Figure 1. – Voyageurs étrangers en visite au Japon chaque année

En consultant le graphique créé par le JNTO, la situation reste toutefois sans équivoque : on peut constater qu'une fois passé le cap du million de visiteurs à la fin des années 1970, le nombre de touristes étrangers va suivre une courbe ascendante d'abord régulière jusqu'à la fin du siècle, quoiqu'à l'augmentation certaine, puis drastique à mesure que le pays établit sa position de puissance culturelle. En 1990, on compte déjà plus de trois millions de visiteurs par année, dès 1997, les 4 millions sont atteints, puis la tendance s'accélère : 5 millions en 2002, 6 en 2004, 7 en 2006, 8 l'année suivante, 10 à partir de 2013. On ne constate jusqu'en 2019 que deux chutes qui, si elles ne sont pas sévères, demeurent notables : en 2009, suivant probablement la crise financière mondiale, et deux ans plus tard, en 2011, à la suite de la triple catastrophe du 11 mars. À la suite de quoi, l'augmentation touristique prend un nouveau tournant : entre 2014 et 2015 a lieu un bond de plus de 6 millions de visiteurs, de 13 millions à près de 20 ! Ce bond, on peut l'attribuer sans aucun doute à la diffusion de la culture populaire japonaise, entre autres facteurs. Netflix commence notamment dès 2013 à produire du contenu anime original, Crunchyroll gagne en popularité autour de la même période (ce qui se reflète dans les arrivées américaines, qui dépassent

finalement le million à ce moment-là), alors que le gouvernement nippon injecte de nouveaux fonds dans sa campagne du Cool Japan.

Le détail de la provenance de ces visiteurs, que nous fournit encore le JNTO, est également digne d'intérêt. Parmi les touristes les plus fréquents, on trouve au début des années 1990 les nationalités coréennes, américaines et taiwanaises en tête de liste, suivies ensuite par les ressortissants des autres pays asiatiques et européens. En 2000, une augmentation touristique globale a lieu, parfois dans des proportions drastiques, comme c'est le cas pour le nombre de touristes chinois qui triple, ou hongkongais et océaniens, globalement doublé ; et les chiffres semblent continuer à augmenter dans leur ensemble par la suite, en particulier pour la Corée, la Chine et Taiwan qui comptaient ainsi en 2018 pour plus de 20 millions de visiteurs, soit environ les $\frac{2}{3}$ de ces flux. On remarque toutefois que le nombre de touristes sud-américains, quant à lui, baisse de plus de moitié entre 1990 et 2000, avant de reprendre de l'importance dans les années 2010. Peut-être cela est-il lié à l'arrivée massive d'immigrants sur une base permanente, tels les Nikkeijin, mais nous ne disposons pas des données pour confirmer cette hypothèse. Justement, ce n'est pas qu'à son potentiel touristique que le Japon doit sa diversité.

3.1.2 Des visas temporaires à un établissement de long terme

Pour s'installer au Japon, il existe tout d'abord des opportunités temporaires d'études et d'emplois, qui peuvent évoluer par la suite vers des possibilités de séjour permanent. Dès 1983 naît le projet d'accueillir annuellement au Japon 100 000 étudiants étrangers de nationalités diverses, projet que le gouvernement renouvelle en 2008, avec cette fois pour objectif de recevoir 300 000 étudiants d'ici à 2020³² (Liu-Farrer 2020 : 47). Ces étudiants, plus d'un million depuis les années 1980, continuent à constituer la catégorie la plus importante dans les migrations de long terme. Leur visa d'étude leur permet en effet de travailler hors campus à temps partiel et peut par la suite évoluer en visa de travail les faisant passer de main-d'œuvre « non qualifiée » à compétente. Ce sont particulièrement les étudiants venus de Chine, de Corée et du Vietnam qui, depuis la fin des années 1980, ont tiré profit de cette opportunité.

³² L'objectif est en fait atteint en 2019, à plus de 312 000. Voir Statista Research Department (mai 2021) : <https://www.statista.com/statistics/1125812/japan-total-number-foreign-students/>

Au-delà des études, des contrats de travail à durée limitée offrent d'autres possibilités. Le programme JET (Japan Exchange and Teaching), par exemple, travaille avec les diplômés universitaires, principalement anglophones de naissance, et les envoie dans les écoles et les offices gouvernementaux comme professeurs et membres du personnel (Ibid.: 53). C'est environ 5000 individus qui sont choisis chaque année, issus d'une cinquantaine de pays, en particulier, et par ordre d'importance numérique, des États-Unis, du Canada, du Royaume-Uni, de l'Australie et de la Nouvelle-Zélande. Le Technical Intern Training Program (TITP), de son côté, emploie plus de 200 000 travailleurs manuels issus de pays en voie de développement dans les domaines de l'agroalimentaire, de la construction et de l'industrie depuis 1993 (Roberts 2017 : 95). Un autre visa bien connu est enfin celui d' « entertainer » qui, entre 1979 et 2005, a permis l'entrée sur le territoire d'environ 2 millions de personnes, la majorité étant des femmes philippines (Liu-Farrer 2020 : 228). Ces chiffres de l'emploi ne prennent bien sûr pas en compte les immigrants en situation illégale, c'est-à-dire ceux entrés sans permission dans le pays, ou sous un autre motif, pas plus que les travailleurs dépassant la durée de leurs visas ou outrepassant ses conditions.

Ce sont ces outils notamment qui ont permis entre 1997 et 2007 un accroissement de 45% de la population étrangère au Japon, lequel n'avait plus été si important depuis la fin de la Seconde Guerre mondiale (Hambleton 2011 : 27). On peut encore ajouter que de plus en plus de travailleurs dans le domaine de la santé et du soin aux personnes âgées sont nécessaires, ce qui conduit notamment le gouvernement à assouplir sa politique d'accueil pour, sur le long terme, encourager plus que les seuls travailleurs qualifiés.

Évidemment, et en référence à la formule de Max Frisch, romancier suisse, le Japon a peut-être demandé des travailleurs mais il a avant tout reçu des humains³³, et cela implique que malgré les conditions restreintes de l'arrivée de ces immigrants, ces derniers sont amenés à établir des liens au sein de la société japonaise au-delà du cadre officiel de leur venue. Il n'est donc pas étonnant que ces arrivées se traduisent par une découverte mutuelle, déjà porteuse de changements, mais aussi par des mariages internationaux et l'établissement de familles, un phénomène qui s'avère être un vecteur de changement social tant pour le couple que leur famille étendue, leurs enfants, les camarades de ces derniers... touchant doucement à l'ensemble de la société. Le Japon n'autorisant

³³ De l'original : "We asked for workers. We got people instead."

pas la double nationalité à ce jour, bon nombre de ces personnes sont donc à leurs yeux, et de bien des façons, des éléments étrangers changeant leur société « homogène ». Comme de fait, en 2019, sans compter les personnes naturalisées, le pays abrite aussi des résidents venus d'une cinquantaine de pays, dont 33 sont représentés par plus de 5000 individus chacun (Capobianco 2020 : 5). C'est ainsi que de plus en plus de services, de restaurants et de magasins, voire de programmes universitaires, prennent conscience de cette présence étrangère, diversifiant en conséquence leurs offres.

Regardons par exemple les mariages internationaux dont, après des années d'accroissement progressif depuis 1980, le pic a été atteint en 2006. Cette année-là, 44 701 mariages internationaux furent célébrés, représentant alors 6,11% des unions, un chiffre conséquent (Roberts 2017 : 93). Avant cela déjà, la fin des années 1980 et le début des années 1990 avait été une période faste pour les mariages entre hommes japonais et femmes asiatiques. Les unions en question visaient principalement à combler le déficit d'épouses dans les milieux ruraux pour les hommes et à pouvoir vivre, peut-être, une vie plus facile et aider leurs familles restées au pays pour les femmes, sans compter bien sûr une dimension amoureuse non quantifiable.

De nos jours, les chiffres de ces mariages sont loin d'être aussi imposants, mais 20 000 unions internationales continuent à être célébrées chaque année, ce qui bien sûr augmente significativement le nombre d'enfants métissés au Japon (Capobianco 2020 : 7). Ces derniers, généralement appelés « hafu », ont vu leur statut évoluer depuis les décennies de rejet initial de l'après-guerre, et on en entend de plus en plus parler en raison de leur nombre grandissant parmi les athlètes et célébrités. Miyamoto Ariana notamment avait attiré l'attention en 2015, lors de son élection au concours de Miss Univers. Sa victoire, controversée, suggérait publiquement pour la première qu'une femme née d'un parent étranger (un père noir américain qui plus est) pouvait représenter la beauté japonaise. D'autres se sont également illustrés : Becky et Rola des *tarento* populaires³⁴, Darvish Yu, Hachimura Rui, Wolf Aaron, Cambridge Asuka et Osaka Naomi, athlètes professionnels et récompensés... autant de personnes qui remettent en cause les discours du *nihonjinron* puisque le Japon est bien tenté de les revendiquer comme sien, recevant par là même de leur succès (Ibid.: 10). C'est sans compter encore la présence d'enfants étrangers de moins de

³⁴ Les *tarento* sont des stars de la télévision qui apparaissent souvent dans les programmes de variété.

17 ans, résidents permanents, de long terme ou dépendants d'un adulte, estimés à plus de 250 000, qui nous amènent notamment à nous pencher, entre autres, sur la situation des Nikkeijin et Zainichi qui en constituent une part non négligeable (Liu-Farrer 2020 : 154).

3.1.3 Les résidents invisibilisés

Les Nikkeijin sont un groupe de « personnes d'origine japonaise », descendants d'une partie de la population ayant émigré au XIXe et XXe siècle, notamment au Brésil, pays qui abrite aujourd'hui plus d'un million d'habitants d'origine japonaise, ce qui en fait la communauté la plus importante en dehors de l'Archipel même. Leur retour sur le territoire japonais a été favorisé par la décision du gouvernement de prioriser dans l'octroi des visas de travail les personnes aux origines japonaises, pensant qu'elles s'intégreraient mieux à la société que les autres immigrés pour lesquels on craignait qu'une différence culturelle et linguistique trop importante ne soit nocive pour l'ordre social...

En effet, en 1990, l'arrivée d'immigrants divers, venus travailler sur le sol japonais, provoque des réactions échauffées face à la visibilité de ces derniers, lançant un nouveau débat sur l'immigration. C'est à ce moment-là qu'on décide de favoriser le retour des populations Nikkeijin. Au total, de 1990 au début des années 2000, plus de 200 000 saisissent cette opportunité, diminuant effectivement les autres flux migratoires (Capobianco 2020 : 4). Les travailleurs qui arrivent ne sont cependant, pour la plupart, ni aussi familiers avec la culture japonaise ni avec le langage qu'on ne l'espérait. Parallèlement, les emplois qu'on leur propose sont peu valorisants, et l'expérience est globalement considérée par le gouvernement comme un échec et discontinuée, conduisant cette population de « rapatriés » à son pic au début des années 2000. Un nombre conséquent sera ensuite touché par la crise de 2008, des dizaines de milliers acceptant une indemnité de retour de la part du gouvernement japonais pour retourner au Brésil (Liu-Farrer 2020 : 79).

Les Nikkeijin, dont on estime qu'environ 10% seulement ont adopté la nationalité japonaise, ne sont pourtant pas les premières populations étrangères à s'installer dans une optique de longue durée. Ils font notamment suite aux Zainichi, la communauté coréenne restée sur le sol japonais une fois la guerre terminée et largement assimilée tant culturellement que linguistiquement à sa population. Sans être naturalisés, les Zainichi possèdent un statut ambigu de « résidence

permanente spéciale », obtenu en 1992, ce qui fait des plus de 500 000 personnes concernées des cibles fréquentes de racisme et de discrimination (Matthews 2019 : 61).

Plus ancien encore, et pour cause, on compte les Ainu et les Okinawaïens, deux peuples indigènes. Le nombre d'Ainu est estimé de 25 000 individus à plus de 300 000, les Okinawaïens quant à eux dépassent le million et demi. Il est important de les considérer, d'autant que leur présence sur la scène politique s'est renforcée depuis les années 1990. En 1997 est promulguée une loi pour la promotion de la culture Ainu, peuple qu'on considérait jusqu'alors comme une « race » en voie de disparition, mais il faut attendre 2008 pour que le Parlement japonais reconnaisse officiellement son existence, et 2019 pour que la loi de 1997 soit repensée pour promouvoir une société « respectueuse de la fierté des Ainu » (Lu, Toshihiro et al. 2005). Okinawa, autrefois royaume de Ryūkyū annexé par le Japon en 1879, possède, elle aussi une culture, une langue et des traditions qui lui sont propres, bien que le Japon la considère généralement comme intégrée. Dans les faits cependant, sa réputation et ses dialectes ont un attrait exotique pour le Japonais « lambda » et sa position est marginale. La préfecture, des 47 du Japon, est ainsi celle avec le plus haut taux de chômage et le revenu moyen le plus bas, alors qu'elle accueille en plus les forces d'occupation américaine, autre sujet de contentieux.

Et à ce tableau déjà fourni de la différence en sol japonais, on peut finalement mentionner la présence de réfugiés, vietnamiens notamment, arrivés dans les années 1970. Ils seront suivis entre 1978 et 2006 de populations indochinoises (environ 12 000 individus), puis de réfugiés iraniens qui arrivèrent dans les années 1990 en nombre : des 37 000 recensés en 1992, près de 33 000 étaient en situation de séjour non documenté (Goodman, Peach et al. 2003 : 159). N'oublions pas non plus l'arrivée depuis la fin des années 1980 de populations d'Afrique, en particulier du Nigéria et du Ghana, dont environ 10 000 sont enregistrés comme résidents.

3.1.4 Des laissés-pour-compte identitaires

Sûrement, on peut penser qu'avec tant d'individus aux passés divers, le Japon est décidément moins homogène qu'il ne veut l'admettre, mais c'est sans compter l'étroitesse de la définition de l'identité japonaise qui exclut encore d'autres groupes et individus.³⁵

On retrouve en premier lieu dans cette catégorie les burakumin, un groupe discriminé tant socialement qu'économiquement en raison du statut de paria hérité de ses ancêtres, les *eta* (personnes « souillées » de par leurs emplois au contact du sang et de la mort) et *hinin* (les « non-humains », criminels, mendiants et marginaux), stratégiquement isolés du reste de la population, y compris d'un point de vue géographique. De fait, ces discriminations à leur égard en poussent un certain nombre à se tourner vers les syndicats de yakuza dont on estime que près de 60% des membres sont des burakumin, ce qui alimente en retour leur réputation et les ostracise d'autant plus du reste de la société. Ainsi, même ce groupe, estimé à deux voire trois millions d'individus, est de facto exclu de la définition de l'identité japonaise telle qu'elle circule. Ce problème, le gouvernement en est conscient et tente d'y remédier depuis les années 1970 déjà, par des mesures de discrimination positive notamment (Lie 2001).

Ajoutons encore au nombre de ces laissés-pour-compte de l'exigeante définition les orphelins de la guerre, nés au Japon ou dans les territoires occupés pendant l'invasion japonaise de l'Asie, de parents eux-mêmes japonais, puis abandonnés sur place à la fin du conflit. Élevés en Chine, par les familles sur place, dans un environnement culturel et linguistique chinois, certains se sont décidés à rentrer, adultes ou âgés, dans un Japon ne les reconnaissant pas comme ses citoyens légitimes, leur situation faisant finalement écho à celle des Nikkeijin des années plus tard (Tsuneyoshi, Okano et al. 2011 : 134). On peut toujours compléter ce tableau avec les kikokushijo, « enfants rapatriés », terme qui désigne quant à lui les enfants de Japonais expatriés ayant étudié pour un temps hors du Japon avant d'y revenir. On estimait au début des années 2000 qu'environ 10 000 enfants chaque année revenaient au Japon suivant ce modèle, considérés dès lors que leur séjour à l'étranger dépassait un maigre trois mois comme des éléments potentiellement perturbateurs, car ayant perdu de leurs traits culturels, faisant d'eux le fameux « clou qui dépasse ». Le terme apparaît dans les

³⁵ Nous nous référons ici à des personnes nées au Japon, ou dans des territoires affiliés, de parents eux-mêmes japonais (car rappelons-le, naître en sol japonais n'en octroie pas la nationalité basée sur le *jus sanguinis*, le droit du sang).

années 1960 pour ne concerner que quelques milliers d'enfants vivant hors du Japon, dont le nombre dépasse déjà les 10 000 au milieu des années 1970, atteignant jusqu'à 50 000 en 1999 (tous ne revenant pas au Japon cela dit) (Goodman, Peach et al. 2003 : 178). Beaucoup se sentent effectivement aliénés à leur retour, ayant perdu de leur japonais, ou appris une nouvelle langue (pas nécessairement l'anglais même s'ils sont généralement perçus comme anglophones) et évolué dans d'autres contextes, et ce malgré le statut social généralement élevé de leurs parents. Pour faciliter leur réintégration, en 1997, c'est par exemple plus de 300 universités qui proposaient des critères d'admission particuliers pour eux, choix qui sera critiqué comme celui d'un traitement préférentiel à leur égard (Ibid.).

Mais alors, pourquoi avoir tant de difficultés à admettre une diversité qui touche toutes les strates de la société et n'a eu de cesse de se développer ces dernières décennies, dans un contexte qui la rendra peut-être salvatrice d'une nation autrement en déclin démographique ?

3.1.5 Politiques gouvernementales et opinion publique

La faute, il semblerait, repose largement sur les épaules du gouvernement dont les déclarations outrageuses ont été multiples. Plusieurs Premiers ministres et membres du gouvernement ont de fait laissé échapper au fil des années des commentaires racistes et xénophobes. En 1986, c'était le premier ministre Nakasone Yasuhiro qui comparait les niveaux d'intelligence au Japon et aux États-Unis, expliquant la supériorité du premier par sa pureté raciale et l'infériorité des seconds par la proportion de citoyens « noirs, portoricains et mexicains » (Russel 1991 : 3). Deux ans plus tard, le ministre des Affaires étrangères Watanabe Michio commentait à son tour sur le lien entre la population afro-américaine et la délinquance. Une nouvelle fois en 1990, une déclaration insultante du ministre de la Justice Kajiyama Seiroku comparait les prostituées étrangères de Tokyo aux Afro-Américains des États-Unis, menaçant « la sécurité et l'harmonie des communautés blanches » dans lesquelles ils s'installent (Chung 2010 : 173). N'oublions pas encore Shintaro Ishihara, gouverneur de Tokyo de 1999 à 2012, célèbre pour ses remarques racistes et sa haine vis-à-vis de la Chine. De l'emploi du terme péjoratif *sangokujin* (personne d'un « tiers pays ») à la désignation de Roppongi en 2006 comme d'un quartier « étranger » remplis d'Africains, cause de « nouvelles formes de crimes » que l'entrée de « personnes intelligentes » pourrait éviter, l'homme s'illustre par ses commentaires désobligeants et révisionnistes qui n'épargnent personne. En 2000, il s'attaque aux

migrants chinois, en 2004 à la langue française dans laquelle « personne ne peut compter » (en référence à son statut de langue diplomatique internationale qu'il juge inadéquat), tente de justifier ensuite en 2010 l'invasion de la Corée au XXe siècle, déclare finalement en 2012 à l'occasion des Jeux olympiques d'été que les Occidentaux pratiquant le judo ressemblent à « des bêtes combattants ».

Pas étonnant donc qu'avec de tels hommes au pouvoir, et en charge de son éducation, la population japonaise se montre méfiante vis-à-vis de l'immigration. Pourtant, la transition est nécessaire, ce qui est apparent dans les discours, toutefois timorés, des dernières années. Entre 1995 et 2014 par exemple, la mention d'étrangers dans le secteur de la santé s'est faite plus fréquente et plus positive, coïncidant avec la nécessité de cette présence, et les contacts établis avec la population locale. La position du gouvernement a elle aussi évolué dans son ensemble, quoique timidement dans son langage et plus franchement dans ses actions. Sans mentionner ouvertement la nécessité de l'immigration, les interventions de l'ancien Premier ministre Shinzô Abe mentionnent l'accueil d'étrangers « talentueux » (*gaikoku jinzai*) et d'« excellents étudiants » (*yūshūna*), c'est-à-dire d'une population hautement qualifiée, sans explicitement mentionner le terme d'immigrant (Roberts 2017 : 90). Dans les faits toutefois, le Japon a tout autant, si ce n'est plus, besoin de main-d'œuvre non qualifiée pour prendre en charge les domaines du soin, de l'industrie, de l'agroalimentaire... et il commence à l'accueillir. Au-delà des mots, ou de leur absence, le gouvernement travaille depuis plusieurs années maintenant à faciliter la transition d'un permis d'études à un permis de travail, à étendre les possibilités en leur sein, à naturaliser en plus grand nombre les résidents... bref à faciliter les conditions d'une installation de longue durée au Japon, tout en les décorant de noms attractifs pour ne pas effrayer sa population.

En 2008 déjà, des politiciens du Parti Libéral Démocrate suggéraient la nécessité d'augmenter le nombre d'immigrants à 10% de la population (ce qui aurait correspondu à un flux de 11 millions de personnes !) pour limiter l'impact du vieillissement démographique (Wohns 2013). Même chose du côté de la grande association patronale Keidanren qui prône davantage d'immigration, à la fois des travailleurs qualifiés, comme atout pour la nation, et de ceux moins qualifiés, nécessaires à son fonctionnement, avec des contrats de durée limitée. Le public, lui, était beaucoup moins convaincu, 65% s'opposant à un accroissement migratoire contre 26% en faveur, selon un sondage du journal Asahi Shimbun (Ibid.). C'est que celui-ci s'inquiète des répercussions sur la sécurité publique et la

perte d'emploi pour les citoyens natifs, en écho aux déclarations passées de ses dirigeants politiques. L'installation de fait de plus en plus de travailleurs a cependant l'air de faciliter l'implantation de cette idée de diversité « récente », une bonne nouvelle quand les tendances démographiques suggèrent que la population étrangère d'ici à 2050 va augmenter pour atteindre de 8 à 27% de la population totale (Capobianco 2020 : 4).

3.1.6 Les médias comme acteurs centraux au changement social

L'une des clés pour faciliter cette transition repose auprès des médias, et en particulier de la télévision, laquelle introduit de plus en plus d'étrangers dans ses programmes. Mais l'arme est à double tranchant et ces outils de communication peuvent autant servir à faciliter le processus qu'à le ralentir s'ils décident de ne célébrer qu'en surface la présence étrangère, réaffirmant à terme l'idéologie dominante.

Notre monde, nous le savons, est de plus en plus dominé par la culture visuelle, en témoigne le temps que nous passons sur les écrans, que ce soit pour le travail, les loisirs, les informations, la communication... Les questions de représentation et d'imagination par le médium visuel sont donc plus que jamais d'actualité. Les médias construisent nos opinions politiques, sociales, à terme nos comportements et nos identités si on les consomme sans l'agentivité nécessaire, bâtissant à notre place notre perception du monde. Il est donc important, comme le soulignait déjà Appadurai, de les positionner au centre de nos discussions. La télévision en particulier, plus que l'Internet « sans frontières », possède tout à fait le potentiel d'être le « médium national » par excellence : on la regarde, on en discute, elle est pour beaucoup encore un outil d'information et socialisation quotidien dont le contenu n'est bien sûr pas dénué de messages idéologiques (Hambleton 2011 : 32). Justement, l'accroissement de la population étrangère sur le territoire japonais a en parallèle participé à son introduction plus fréquente dans les programmes télévisés, qui au Japon ont déjà d'« internationale » l'utilisation fréquente de l'anglais et autres mots étrangers³⁶, employés dans ce que Kloss (1969) qualifie de « bilinguisme impersonnel » (Blair 1997).

³⁶ Les langues étrangères, européennes en particulier, ont différentes connotations dans l'esprit des Japonais, et sont régulièrement utilisées pour associer aux concepts et produits dont est faite la promotion certaines images d'élégance (pour le français), de sensualité (l'espagnol), d'efficacité (l'allemand)... selon la langue choisie. Outre les trois mentionnées, l'anglais bien sûr, et l'italien, sont également prisées.

D'abord cantonnés à des rôles stéréotypés dans le monde de la publicité ou aux programmes recevant des *tarento* principalement hafu, l'image du « foreign other » s'est diversifiée à mesure que des émissions présentant des individus « ordinaires » ont commencé à apparaître. Or, Burgess en 2010 souligne que moins d'un Japonais sur dix a dans son quotidien l'occasion d'interagir avec des « non-japonais »³⁷, ce qui fait que la grande majorité dépend des médias pour construire sa perception de l'Autre (Burgess 2010, dans Hambleton 2011 : 33).

Néanmoins, des études sur les programmes télévisés accueillant des étrangers pointent le degré de construction de ceux-ci³⁸. On attend sur les plateaux que les invités parlent exclusivement anglais, peu importe leur maîtrise du japonais, il est également fréquent de leur demander de jouer la naïveté ou encore l'émerveillement face à certains concepts ou habitudes pour valoriser la culture japonaise dans une forme de *nihonjinron* visuel qui contraste encore une fois le Japon et le reste du monde. De tels programmes sont trompeurs, prétendant à une authentique candeur amenée par leurs invités « ordinaires » (Ibid.). Si la tendance permet au moins de se décentrer de l'Europe et de l'Amérique du Nord pour accueillir également des participants non-occidentaux, asiatiques et africains, le format tend cependant à se montrer synecdotique, essentialisant le rôle des invités pour les faire représenter à eux-seuls leur pays d'origine, sans nuance. On peut aussi ajouter que ces émissions, de divertissement pour la plupart, s'aventurent rarement vers des sujets plus délicats préférant la plupart du temps miser un contenu aseptisé, sans aborder ce qui toucherait à des contentieux politiques ou historiques.

Qu'en est-il alors des anime dont on sait qu'ils jouissent d'une grande popularité internationale, ayant d'ailleurs influencé des réalisateurs aussi connus que Tarantino ou les sœurs Wachowski ? Ont-ils, comme la télévision, adapté leur contenu pour prendre la mesure des nouveaux flux d'étrangers au Japon ? Et le font-ils avec la nuance qu'on a souvent dit détecter derrière leur esthétique simplifiée, palliant à l'échec du « médium national » ? C'est ce que nous allons enfin étudier en analysant trois œuvres à succès de ces dernières décennies.

³⁷ N'oublions pas également que le Japon est un archipel, ce qui implique une séparation physique du reste du monde. Et à cet éloignement géographique il faut encore souligner que c'est moins de 10% de la population japonaise qui parle anglais couramment. Certaines statistiques pointent même à un maigre 2% pour ce qui s'avère être la seule langue seconde systématiquement enseignée dans les écoles... autant de caractéristiques qui contribuent à former une « bulle nippone » dont il peut être difficile de s'extraire.

³⁸ Voir le travail de Hambleton sur les programmes *Ai chiteru!* et *Cool Japan*.

3.2 Étude de cas numéro 1 : *Cowboy Bebop* (1998-1999)

3.2.1 Autour de la série

Cowboy Bebop est un anime difficile à décrire. Mélange de drame, de comédie, de cyberpunk, de film noir et de science-fiction sur fond de western et de musique jazz et blues, il raconte les aventures de Spike Spiegel et Jet Black, deux chasseurs de prime (des « cowboys » dans l'argot de l'époque) qui, en 2071, sillonnent l'espace à bord du *Bebop*, occupés à pourchasser les criminels et à s'éloigner de leur propre passé. Dans un format épisodique auquel peu d'entorses seront faites, ils sont bientôt rejoints par des camarades tout aussi marginaux : Ein, un chien à l'intelligence augmentée, Faye Valentine, une jeune femme amnésique à la tête mise à prix, et Ed, une enfant dont le génie et les capacités de hacking n'ont d'égal que son comportement loufoque et hyperactif.

En 26 épisodes, un film, deux adaptations manga, quelques jeux vidéo, et plus de 20 ans d'existence, *Cowboy Bebop* a gagné le statut de série culte et rejoint les rangs des meilleurs anime jamais produits, déjà récompensée en 1998 lors de la convention Animation Kobe du prix de la meilleure série d'animation³⁹. Il faut dire que l'œuvre de Watanabe Shinichirô, parue cette même année et diffusée jusqu'en 1999 au studio Sunrise, fut dès ses débuts audacieux un succès commercial au Japon et dans le reste du monde, en particulier en Amérique du Nord et en Europe⁴⁰. Ce succès, on le doit certainement à cette hybridité assumée de la série, qui n'a pas encore été surpassée. Elle est un mélange de genres certes, mais encore d'influences, s'appuyant énormément sur la cinématographie américaine. Surtout, elle présente à l'écran une diversité ethnique rare.

Tout n'a cependant pas vieilli de façon égale pour l'anime. Si on peut lui reprocher un certain nombre de commentaires sexistes et, malgré des éléments subversifs, de s'adresser avant tout à une audience masculine hétérosexuelle (ce qu'en même temps les années 1990 au Japon ont pu autoriser et que le genre du western en particulier peut justifier), on ne peut que constater qu'en

³⁹ La récompense est prestigieuse et fut notamment remise en 1996, lors de l'année de sa création, à *Neon Genesis Evangelion*, ou encore à *Fullmetal Alchemist* en 2004.

⁴⁰ La série faillit pourtant ne pas être diffusée en raison de la violence montrée à l'écran, à la suite de la controverse sur le contenu des anime qu'avait lancé *Neon Genesis Evangelion* à sa diffusion en 1995, et dans un premier temps, seuls les épisodes 2, 3, 7 à 15 et 18 sont disponibles sur TV Tokyo (soit moins de la moitié des 26 épisodes), avant que la série ne soit entièrement diffusée l'année suivante.

matière de représentation ethnique à l'écran, *Cowboy Bebop* a beaucoup à enseigner à la majorité des anime actuels.

Bien qu'elle soit une référence, et d'ailleurs le tout premier anime mature à être diffusé dans certains pays (dont les États-Unis), ouvrant la voie à d'autres œuvres pensées pour un public adulte, force est de constater que nombre de créateurs suivants et que l'audience même, ont échoué à tirer de la série certaines leçons en ce qui a trait à la construction d'un univers cohérent, peuplé de personnages à la diversité multiple et nécessaire. De fait, *Cowboy Bebop* demeure une sorte d'OVNI, et malgré cela un anime qui a tout intérêt à être étudié d'un point de vue académique.

Outre son statut de premier anime mature à vraiment franchir les frontières du Japon⁴¹, constituant ainsi pour une bonne partie de l'audience occidentale un point d'entrée dans ce monde de la culture populaire japonaise, la popularité continue de la série originale, son rating parmi les plus élevés (et certainement le plus élevé pour l'époque), sa relative brièveté donnent à chaque épisode une richesse inégalée et instructive. Que l'anime flirte en parallèle avec ce qui deviendra le genre de la « tranche de vie » ne fait que renforcer l'emphase placée sur ses personnages, qui sont bien sûr notre premier centre d'intérêt. La fièvre qui l'entoure est d'ailleurs loin de s'être diffusée, une adaptation en série de live-action chez Netflix étant parue en novembre 2021, alors que l'œuvre originale conserve un noyau dur de fan, impressionnés et charmés par une réalisation de qualité dont on retient le style, le design, les choix musicaux et narratifs. Avec un tel impact sur la pop culture, difficile d'ignorer la série.

Pour notre thème particulièrement *Cowboy Bebop* est donc largement digne d'intérêt. Au-delà de la diversité ethnique mentionnée, l'anime, situé dans un futur qui n'est pas si éloigné de notre présent, profite de divers points d'ancrage dans notre réalité, tout en étant caractérisé par un œil nostalgique qui mentionne fréquemment le XXe siècle et ses réalisations. L'intrigue même de la série tourne autour du poids du passé, des personnages, mais plus largement de l'univers dans lequel ils évoluent, ce qui fait de l'œuvre la figure quintessentielle d'une diversité multifacette. Mélange de genres animesques, cinématographiques, musicaux, d'environnements, de

⁴¹ Ainsi, la science-fiction est une nouvelle fois l'angle par lequel l'audience, japonaise et occidentale, découvre l'anime et ses spécificités.

personnages, suivie par une audience japonaise et internationale⁴², *Cowboy Bebop* a un potentiel protéiforme dont l'étude sous l'angle nouveau de la représentation ethnique et culturelle peut s'avérer prometteuse.

3.2.2 *Cowboy Bebop* dans les grandes lignes

Commençons tout simplement par une description de l'œuvre. *Cowboy Bebop*, tout en s'inscrivant dans l'esthétique anime des années 1990, se caractérise par un réalisme stylisé tant dans son apparence que son contenu, ce qui confirme sa volonté de s'adresser à une audience mature. La série prend également au sérieux son affiliation au genre de la science-fiction notamment, qu'elle confirme et sublime par un solide background multiethnique et des personnages tout aussi hauts en couleur.

3.2.2.1 En toile de fond

D'un côté, l'anime dispose d'un arrière-plan qui incorpore la mixité de façon solide : cette mixité on la retrouve sans faute dans tout ce qui compose l'œuvre, avec une minutie impressionnante. Dans l'intérêt de cette description, nous l'étudierons du point de vue de deux catégories : les éléments tangibles de son univers, c'est-à-dire l'environnement naturel et architectural dans lequel évoluent les personnages, et les éléments intangibles, parmi lesquels les langues de l'œuvre et la structure de ses mondes.

À travers les aventures de Jet et Spike, leur vaisseau, le *Bebop*⁴³, nous fait voyager à travers l'ensemble du Système solaire, dont la colonisation est devenue nécessaire à la suite de l'incident de la porte-hyperspace qui, en 2021, détruit une grande partie de la lune et de la surface de la planète Terre. Commence alors un processus de colonisation inégal qui peuplera petit à petit Mars, Ganymède, Callisto, Titan, Neptune, Pluton, Vénus, la lune Europe, Uranus et la ceinture d'astéroïdes, autant d'endroits que nous aurons l'occasion de découvrir au cours des 26 épisodes. Toutes les planètes ne se ressemblent pas, ne disposent pas des mêmes ressources et n'abritent pas les mêmes strates sociales ou culturelles. Mars, par exemple, est considérée comme un lieu riche, la colonie la plus puissante, dominée par la culture chinoise, laquelle est la plus répandue à travers

⁴² C'était un des objectifs de son directeur, Watanabe, qui voulait créer une série capable de parler au plus grand nombre, à une époque où la quasi-totalité des anime étaient pensés en termes d'audience japonaise.

⁴³ Le bebop, ou bop, est le nom d'un genre de jazz émergeant dans les années 1940.

le Système solaire pour la simple raison que c'est à l'ancienne Chine qu'on doit les premiers efforts de colonisation suite à l'incident de 2021. Ganymède, planète d'origine de Jet, est quant à elle modelée d'après la culture française, et en particulier la ville de Marseille, où se mêlent les influences chinoises et anglaises. Callisto est un lieu dépourvu, une planète froide et désolée, en pleine dépression financière, où se rassemblent gangs et commerces douteux, alors que, et la chose est notable, la quasi-totalité de sa population est masculine. La Terre, quant à elle, demeure habitable par endroits, bien que les ruines soient devenues monnaie courante, de même que les chutes de rochers spatiaux. Venus, de son côté, est modelée d'après une Istanbul du passé. On y entend parler l'anglais, le turc, le perse et le japonais alors que son architecture a des influences Farsi et islamiques et qu'on y trouve des magasins tels que « Gül market, Aile pazari, Erdal... ».

À d'autres endroits, on note encore des influences de la culture russe, américaine, mexicaine... Le premier épisode se déroule notamment à Tijuana, un astéroïde à l'environnement aride et désertique, aux bars de saloon et sombreros, doublé d'un mélange de cultures qui inclut le coréen, l'hindi, l'espagnol, l'arabe... L'une des sections de l'astéroïde est d'ailleurs nommée « Zona Norte », référence au quartier chaud de l'actuel Tijuana au Mexique. La liste pourrait continuer, car cette incorporation multiethnique est minutieuse. On la retrouve dans l'architecture et les paysages, tel que nous l'avons mentionné, mais encore la nourriture⁴⁴, les manières des personnages, leurs vêtements, ou les langues qu'ils parlent, qu'on saisit par certaines interjections ou qu'on lit sur les panneaux et pancartes.

D'autres références, intangibles, à la diversité de l'univers de *Cowboy Bebop* sont notables. Au-delà du mélange de langues étrangères dont on entend parfois des bribes, on note en particulier ce qui concerne les allusions religieuses et celles à la structure des gangs de l'œuvre, qu'on rencontre inévitablement en suivant les aventures de chasseurs de prime. Les références à la religion sont nombreuses tout au long de la série, qu'elles soient directes ou plus subtiles. Ainsi, Spike est hanté par ses souvenirs et notamment un flashback qui le ramène sans cesse à une église traditionnelle de style gothique dont la cloche carillonne. Ed est élevée un temps par des sœurs en charge d'un orphelinat sur Terre, et c'est aussi un ordre de sœurs qui prend contact avec Faye pour lui envoyer une VHS de son enfance. Jet et Spike sont de plus en contact régulier avec Laughing Bull, un

⁴⁴ Les Piyoko, basés sur la populaire friandise japonaise Hiyoko, se sont d'ailleurs répandus partout sur Terre.

shaman qui les surnomme respectivement « Running Rock » et « Swimming Bird », des qualificatifs contradictoires qui correspondent bien à leur caractère. On entend aussi parler au cours des épisodes des quatre dieux du Feng Shui et de sectes religieuses, alors que des allusions aux mythologies chinoises, grecques, hindoues et japonaises viennent compléter le tableau de ces nombreuses croyances entremêlées. On découvre en parallèle divers gangs, tant liés au travail des chasseurs de primes de l'équipe du Bebop qu'au passé de Spike, ancien membre du syndicat criminel du « Dragon rouge ». Ce dernier est d'inspiration yakuza, mais aussi chinoise. Non seulement son nom est-il typique, mais ses dirigeants, les Van, forment un conseil de trois hommes âgés, d'apparence asiatique et vêtus du style impérial de la dynastie Qing. Les rivaux du Dragon rouge sont d'ailleurs les syndicats du « Tigre blanc » et du « Serpent bleu », inspirés des triades est-asiatiques.

3.2.2.2 Les personnages

Une fois le fond de l'œuvre établi, il nous faut bien sûr considérer ceux qui, en interagissant avec, lui donnent vie, car les personnages constituent le cœur de *Cowboy Bebop*. Aussi, après nous être attardés sur l'équipage du Bebop, nous considérerons les personnages secondaires, mais aussi tertiaires, qui donnent à l'œuvre substance et caractère.

Tout d'abord, les membres du Bebop et personnages principaux font tous figure d'individus marginaux et divers, chacun à leur façon. Jet Black, ancien policier reconverti en chasseur de prime, est un homme grand et musclé, originaire de Ganymède, la planète inspirée de la France. L'origine ethnique de Jet n'est pas claire,⁴⁵ mais sa barbe noire et ses favoris ne sont pas sans rappeler le personnage de Daisuke Jigen du manga et anime *Lupin III*, alors que Spike Spiegel, son coéquipier, a pris de Jigen l'habitude de fumer, tout en étant lui-même habillé d'un costume qui rappelle celui de Lupin III (personnage de l'œuvre éponyme). Jet est physiquement une figure typique du personnage masculin central hégémonique, si ce n'est pour son bras robotique et l'éclat de métal sous son œil gauche, des additions mécaniques qui font de lui un genre de cyborg et le placent donc en marginal, ce que ses actions réaffirment régulièrement. En même temps ces « blessures de guerre » le replacent dans une longue lignée de héros masculins. Spike, de son côté, est une lui-

⁴⁵ L'anime nous montre que Jet est blanc, mais sans rien spécifier de plus quant à ses origines, alors qu'en parallèle de son goût prononcé pour le jazz et le blues sa voix américaine est celle d'un acteur noir (John « Beau » Billingslea), de sorte que le personnage est ambigu. De fait, la série Netflix tout juste parue a auditionné pour le rôle un acteur noir (Mustafa Shakir).

même une figure assez typique, grand, mince, mais puissant, et aux origines presque aussi incertaines, alors que son corps est également marqué par son passé, qui lui a donné un œil artificiel. Spike a certainement des origines asiatiques, peut-être même européennes (son nom de famille est allemand), mais rien qui ne sera explicité par la série. Le personnage est physiquement inspiré de l'acteur Yûsaku Matsuda, mais il est originaire de Mars, planète qui rappelle Hong Kong, où il travaillera au compte du syndicat du Dragon rouge pendant un temps. Nous sommes ainsi inclinés à le penser, au moins partiellement, asiatique. Le contraste entre ses origines et celles de Jet est par ailleurs apparent dans l'épisode *Toys In The Attic*, quand Spike se sert de remèdes asiatiques à base de natto, lézard séché et autres ingrédients, qui laissent son camarade perplexe.

Les deux hommes sont bientôt rejoints par Ein, un Corgi gallois Pembroke au nom allemand (une référence à Einstein peut-être ?) et à l'intelligence augmentée qui l'humanise plus que ce que l'équipage ne le remarque la plupart du temps : Ein est ainsi capable de communiquer avec d'autres animaux, de répondre au téléphone (certes en aboyant), de regarder la télévision ou encore de jouer au shogi. C'est ensuite Faye qui rencontre l'équipage. La « jeune » femme (elle a passé 54 ans dans un coma cryogénique) est d'origine singapourienne, ce que suggèrent ses cheveux sombres mais pas ses yeux verts. Si son physique avantageux fait d'elle un personnage attendu, et la contrepartie d'hommes comme Spike et Jet, Faye s'inscrit aussi à sa façon dans le registre de la marginalité, et de l'altération physique, et pour cause, elle n'a aucun souvenir de son passé. La chose l'amène régulièrement à prétendre être d'origine gitane pour justifier son besoin incessant de voyager, au nom d'un héritage culturel que de fait, nous l'apprendrons plus tard, elle ne possède pas. Ed, finalement, née Françoise Appledelhi, ou « Edward Wong Hau Pepelu Tivruski IV », du nom qu'elle a choisi, est une adolescente androgyne d'environ 13 ans, petite, maigre, aux cheveux roux en bataille et à la peau sombre. Surdouée et hyperactive, elle est une sorte de mystère pour les gens qui l'entourent, ce qui est flagrant dans l'épisode qui l'introduit. Elle y est successivement décrite en tant que « Radical Edward » comme un géant de plus de deux mètres amateur de basketball, un hackeur de génie, un bambin d'à peine trois ans, une drag queen, un alien ou encore un homme gay, ce qui finalement est précurseur de son statut à part, comme « transcendant » la race humaine. Les personnages principaux de *Cowboy Bebop*, un Martien, un Ganymédien, deux Terriennes et un chien embrassent donc tous à leur façon la marginalité et la différence, en dignes représentants d'un univers tout aussi bigarré qu'eux.

De plus, le format épisode de *Cowboy Bebop* lui permet d'intégrer tout un lot de personnages secondaires à qui est souvent dédié un épisode. 14 des 26 épisodes placent en fait l'équipage du Bebop en personnages secondaires, notamment au profit des criminels qu'ils traquent. Là encore la diversité brille, de l'apparence des personnages à leurs intentions, d'une façon qu'il est difficile de critiquer. Les deux premiers criminels à être introduits s'avèrent être des hommes de couleur, ce qui nous a d'abord fait nous demander si cela deviendrait une récurrence, avant qu'un casting des plus divers ne nous soit présenté, des activistes environnementaux aux dirigeants sectaires, des « enfants » aux personnes âgées, des victimes de leurs circonstances aux criminels en puissance, mélangeant allégrement genre, ethnicité et planètes d'origine.

L'introduction du deuxième criminel en particulier est intéressante puisqu'Abdul Hakim, personnage basé sur Kareem Abdul-Jabbar, joueur de la NBA, est présenté comme « négloïde », un terme surprenant. Si certains ont l'air de penser que son emploi est une erreur typique de la langue japonaise, qui possède un son à mi-chemin entre le « l » et le « r », à la place de « négroïde », un mot obsolète, c'est bien mal connaître *Cowboy Bebop* dont la représentation est riche, informée, et avec un tel souci du détail qu'une telle erreur semblerait grossière. Nous souscrivons plutôt à la théorie selon laquelle, en termes anthropologiques, dans l'univers de la série, sans que cela soit ouvertement discuté, des groupes mongoloïdes et négroïdes (anciens termes supposément scientifiques et anthropologiques) se sont simplement mélangés, pour devenir les « Négloïdes », ce qui ne serait pas surprenant étant donné les conditions de vie de la population à travers le Système solaire. Que la chose ne soit pas mentionnée dans la narration a aussi du sens, dans la mesure où elle serait, pour nos personnages, normale et donc anodine (y compris pour Faye, dont la mémoire défaillante ne touche qu'à sa vie personnelle, et qui a eu trois ans pour s'adapter à cette nouvelle ère).

Outre ce personnage remarquable, le cowboy Andy et l'autochtone Laughing Bull sortent également du lot. On pourrait les voir en clichés ambulants et pourtant c'est avec intelligence que l'anime établit leur nature et s'en affranchit. Ainsi, Jet et Spike se moquent dès le début d'Andy, de son accent américain, rendu par l'usage de mots anglais éparpillés dans son discours, de son cheval, de ses cheveux blonds et de son attitude impulsive, insinuant que le personnage est tellement stéréotypé qu'il est même difficile d'être surpris face à lui tant ses actions sont prévisibles. Ils suggèrent avec humour qu'un costume de samurai constituerait, lui, une véritable

surprise... Une déclaration prophétique puisqu'Andy, établi à plusieurs reprises comme une sorte de double de Spike, quittera (avec son sérieux habituel) la série en tant que Miyamoto Musashi⁴⁶, sur son fidèle destrier, renommé Jiroumaru. Laughing Bull finalement est un shaman nomade, inspiré de Sitting Bull, et descendant des autochtones américains, vivant sur Mars. Habillé dans des vêtements traditionnels et vivant dans un tipi, alors qu'il dispense aux personnages sa sagesse suivant des tournures cryptiques, on peut se demander ce qui justifie le traitement anachronique de cet unique personnage, car *Cowboy Bebop* se déroulant en 2071, la technologie et les populations ont évolué... Pourquoi donc le vieil homme serait-il le seul à être une inspiration du passé jamais actualisée ? Là encore, c'est dans les détails qu'on peut apprécier le travail de l'anime. Outre la PS1 avec laquelle il voyage et qui le réactualise quelque peu (le laissant tout de même bien 80 ans dans le passé), Laughing Bull, qui ne rit jamais, s'inscrit dans toute la lignée des personnages de la série, des personnages qu'on établit avec humour en stéréotypes avant d'en jouer⁴⁷. En même temps, il est une représentation fidèle du shaman des films western, stoïque et réfléchi. Une dernière touche appréciable est à noter en ce qui concerne la représentation des autochtones : l'emploi des mots « Wakan Tanka », le « Grand Mystère » ou le « Grand Esprit » pour les peuples sioux, nouvelle évidence du soin apporté à l'œuvre.

3.2.3 Les éléments en contexte

3.2.3.1 Les genres de l'œuvre

Justement, une mise en contexte des éléments de l'anime au travers des genres qui le composent pourrait s'avérer utile. *Cowboy Bebop* est composée de trois genres majeurs : la science-fiction, le western et le film noir, dont le mélange donne à l'œuvre son caractère particulier.

Du côté de la science-fiction tout d'abord, l'anime s'inscrit dans la célèbre lignée du Space Opera, celle des progrès spatiaux menant à la colonisation du Système solaire sur une base technologique plausible, qui permet le développement de nouveaux vaisseaux, et d'atmosphères artificielles, pour permettre l'expansion humaine, sans que pour autant les autres outils humains n'évoluent nécessairement au même rythme⁴⁸. *Cowboy Bebop* reste ainsi ancrée dans le réalisme : ni les formes

⁴⁶ Miyamoto Musashi (1584–1645) est connu pour être le plus célèbre escrimeur de l'histoire du Japon.

⁴⁷ À ce sujet, notons le nom du père de Ed, "Appledlhi Siniz Hesap Lutfen", ce qui, en turque, veut globalement dire : « Puis-je avoir l'addition, s'il vous plaît ? ».

⁴⁸ On voit encore des voitures et des armes à feu correspondant à celles des années 1990.

ni les prouesses de ses héros ne rentrent dans le domaine de l'impossible, alors que leur monde repose sur la science, la logique, un ordre gouvernemental et capitaliste. D'ailleurs, même en 2071, force est de constater que l'être humain a encore à découvrir une présence extra-terrestre, que l'humanité est donc seule, davantage tournée vers le passé et ses propres démons, à commencer par le traumatisme de la perte de la planète Mère, que vers le futur et ses découvertes. Il s'agit donc d'un monde dans lequel beaucoup semblent « flotter » (tant métaphoriquement que littéralement pour nos héros qui tombent à court d'essence plus d'une fois), à la recherche d'une raison d'avancer au travers de ce qui ressemble parfois, pour reprendre les paroles de Spike, à « un rêve, un mauvais rêve ».

Mais plus qu'un Space Opera, *Cowboy Bebop* est un Space Western, une réactualisation de la conquête de l'Ouest à travers la galaxie. La chose est déjà rendue évidente par son titre, puis par la narration de l'œuvre et ses nombreuses références au genre. On y retrouve les paysages vastes et arides, les saloons et les autochtones, alors que Spike fait figure de cowboy solitaire, et son vaisseau de destrier et d'arme. L'épisode d'ouverture de la série et ses deux criminels sont d'ailleurs un hommage au film *Desperado*, western contemporain (1995). C'est ce genre du western, dans lequel l'anachronisme est parfois présent, qui nous pousse à penser que le choix de la représentation des peuples autochtones est légitime puisqu'il sert de fait plusieurs objectifs. Il est à la fois un clin d'œil au genre tout en ayant un potentiel subversif, mais c'est aussi un outil d'exposition de certains pans de l'histoire. En même temps, cette représentation centrée sur les croyances autochtones réaffirme d'une façon tierce, hors des dogmes chrétiens ou des philosophies asiatiques, l'existence d'un Tout, et d'une humanité partagée, consacrée par notre fin à tous. Cette décision apporte notamment un équilibre à la narration de l'œuvre, lui évitant de pencher d'un côté ou de l'autre de la dichotomie Est/Ouest qu'elle a voulu remettre en cause.

Finalement, l'anime puise beaucoup dans le genre du film noir, parfois considéré davantage comme un style en raison de ses conventions plus subtiles que celles du western ou de la science-fiction. C'est ce qui fait que la série tourne autour de criminels et des thèmes de la tragédie et du déterminisme qui la caractérisent. C'est aussi dans ce cadre-là qu'apparaissent certains stéréotypes, en particulier de Faye et Julia, femmes fatales, qui ne se réduisent heureusement pas à cela, de Jet, ancien détective trahi, du couple en cavale, tant celui du premier épisode que Spike et Julia, aucune des deux paires ne réussissant à s'en sortir. C'est l'occasion également pour le show d'adopter

certaines conventions visuelles et narratives, dont l'usage du suspense et du flashback, ou encore des lieux urbains et des scènes nocturnes, qui apportent à l'œuvre son ton sombre et pessimiste, que les éléments comédiques allègent.

3.2.3.2 Des références incessantes au XXe siècle

Comme nous l'avons déjà avancé, nombre des éléments de *Cowboy Bebop* sont naturellement des clin d'œil à la culture du XXe siècle, et nous allons tenter d'en remettre un certain nombre dans leur contexte.

Pour commencer, plusieurs personnages de la série sont inspirés de personnes réelles ou de personnages de films. Les deux criminels en cavale du premier épisode, Asimov et Katerina Solensan, sont basés sur les rôles joués par Antonia Banderas et Salma Hayek dans le film *Desperado*, qui tourne, de même que l'épisode, autour de la drogue et de son trafic. En parallèle, le nom Asimov évoque bien évidemment Isaac Asimov, professeur de biochimie (on peut y voir une référence à la drogue utilisée dans l'épisode, le *Bloody eye*) en même temps qu'un écrivain de science-fiction. Plus tard, c'est un personnage fort ressemblant à Woody Allen qui fait son apparition, sous le nom de « Decker », en référence au Richard Deckard du film *Blade Runner*. Theodore John Kaczynski « Unabomber », le terroriste américain, apparaît également, sous la forme de Teddy Bomber, un criminel révolté par les dangers du capitalisme sauvage. Autre clin d'œil notable, celui du personnage de Mao Yenrai, chef du Dragon rouge avant son assassinat, dont les caractères du nom s'écrivent comme ceux de Mao Zedong et Zhou Enlai, tous deux anciens leaders de la Chine. La liste continue avec des références plus ou moins cachées à Marie-Antoinette, Georges Clooney, et autres figures.

On retrouve par ailleurs un nombre conséquent d'hommages cinématographiques et musicaux, à *Alien* (épisode 11), *Batman* (épisode 20), *Star Trek* (épisode 19 entre autres), à Led Zeppelin (épisode 17), aux Beatles (épisode 25), ou au groupe Trance (épisode 7) parmi les plus connus. Les références à la culture populaire ne sont pas non plus en reste avec les apparitions à l'écran de Pluto, Mickey et Minnie (renommés Mackey et Mannie), de Tom et Jerry, des Moomin, de Pokémon, de Tomb Raider ou encore de Judy et Punch, présentateurs de l'émission *Big Shot* (« à l'attention des 300 000 chasseurs de prime du Système scolaire ») qui sont originellement des marionnettes anglaises. Chaque épisode est en fait truffé de ces additions qui sont bien plus

nombreuses que nous ne pouvons les lister et participent véritablement à rendre l'anime appréciable pour tous par ces références partagées.

3.2.3.3 Une place à part parmi les anime

Tout cela contribue à faire de *Cowboy Bebop* une œuvre à part, statut qu'elle conserve jusqu'à aujourd'hui. En effet, on peut considérer qu'en accord avec son format narratif et les genres qui la composent, elle est une réussite tant scénaristique que visuelle. Surtout, elle n'échoue pas dans son ambition de représenter une diversité ethnique et culturelle sous la bannière de l'humanité. La série a donc parcouru un long chemin, surtout quand on sait que, dans le schéma typique de la création anime, elle doit son arrivée sur les écrans à la compagnie de jouets Bandai, qui l'avait originellement sponsorisée dans le but de vendre une gamme de vaisseaux spatiaux pour enfants. Son réalisateur, Watanabe, avait alors pour seule consigne de faire apparaître lesdits vaisseaux... Un flou dont il a certainement su se saisir, puisque passé le pilote on considérera (et pour cause) que l'anime ne sera pas en mesure de booster les ventes des jouets, ce qui permettra son rachat par la branche visuelle de Bandai, offrant alors à Watanabe carte blanche pour réaliser son œuvre.

Si on compare la série à d'autres œuvres majeures de l'époque, force est de constater l'écart entre les choix de représentations des personnages. Dans la même veine de science-fiction, *Neon Genesis Evangelion* (1995-1996) d'Anno Hideaki ne se distingue pas pour la diversité de ses représentations⁴⁹, alors que seulement quelques années plus tôt, *Nadia, le secret de l'eau bleue* (1990-1991), du même réalisateur, était la première série animée à avoir pour personnage principal une jeune adolescente noire. Malgré la volonté d'Anno de critiquer le préjudice racial grâce à Nadia, ses ambitions furent à l'époque freinées. Le design de l'adolescente devait faire d'elle une figure noire sans équivoque, avec des cheveux épais et bouclés. Il fut finalement changé au profit de cheveux lisses aux reflets violets et d'yeux de couleur claire, afin d'éviter une apparence trop ethniquement distincte⁵⁰ qui aurait pu conduire à la perte d'une partie de l'audience japonaise et internationale (Whaley 2015 : 131).

⁴⁹ Seul le personnage d'Asuka Langley Sôryû se démarque en n'étant qu'au quart japonais, son père étant un américain dont elle partage la nationalité, et sa mère une métisse germano-japonaise qui lui enseigne l'allemand comme langue maternelle. Asuka demeure cependant la très acceptable figure « étrangère » blanche, au fait de la culture et de la langue japonaise.

⁵⁰ L'identité de Nadia est ainsi relativement ambiguë. Descendante des Atlantes, elle est souvent identifiée aux populations de l'Asie du Sud-Est, un Autre moins « voyant ».

Dans la même décennie, mais en dehors du genre de la science-fiction, on retrouve d'autres hits tant au Japon qu'à l'international avec des anime comme *Dragon Ball Z* (1989–1996) et *Détective Conan* (1996–*en cours*), le premier dont on retient le personnage problématique de « Mr.Popo »⁵¹, et le second dont on note l'absence de personnages étrangers... si ce n'est le traditionnel hafu blanc⁵². Bien sûr il y a encore *Sailor Moon*, dont les personnages, bien que Japonais dans leurs noms et par leurs références culturelles, ont une esthétique internationale tournée vers l'Europe, ce qui n'est aucunement révélateur de diversité ethnique ou de considération pour l'étranger.

3.2.4 En bref : « A world where people live and breathe »⁵³

En somme, que penser de *Cowboy Bebop* et de la représentation ethnique que son panel de caractères offre ?

L'anime phare de Watanabe Shinichirô fait la part belle à un ensemble de personnages de toutes les couleurs et cultures, ce que le réalisateur dévoile explicitement dans *Cowboy Bebop: The Jazz Messengers*⁵⁴ lorsqu'il déclare :

« I paid a lot of attention to skin color. Also to using multiple languages. Lots of times when you watch anime, the characters all have white skin - all the characters in fantasy stories all have white skin, which I never liked. I wanted to have lots of characters in Bebop without the white skin, and if people weren't used to that, well, maybe it would even make them think a little bit about it. The same was true for languages. I wanted to have lines muttered in multiple languages, but that would have been just too difficult. »⁵⁵

Watanabe répond pourtant largement à ce pari ambitieux en affichant une diversité loin d'être de façade, présentant des individus ethniquement, religieusement et culturellement distincts, que ce soit le temps d'un épisode ou de quelques secondes seulement. Même le défi de faire apparaître

⁵¹ Mr.Popo est un extra-terrestre qui adopte l'apparence d'un homme rond, à la peau très noire, aux yeux exorbités et aux lèvres rouges et pulpeuses, alors qu'il porte un turban et des vêtements orientaux, des traits qui rappellent franchement des caricatures racistes pas si anciennes, et révèlent certainement l'ignorance de l'auteur sur la nature du problème, alors que le Japon a lui-même une tradition aujourd'hui remise en cause du blackface. Il est déjà présent dans *Dragon Ball* (1986–1989).

⁵² Il s'agit d'Ai Haibara, dont la mère est anglaise.

⁵³ <https://www.youtube.com/watch?v=-8-GrO25zBQ&t=37s> (citation à 10:20)

⁵⁴ *The Jazz Messengers* (1998) est un livre d'art visuel tournant autour de la série, disponible en japonais uniquement.

⁵⁵ Traduction trouvée dans l'article de Russ Burlingame : <https://comicbook.com/anime/news/cowboy-bebop-director-opens-up-about-animes-focus-on-diversity/>

une pléthore de langues étrangères n'est pas complètement laissé de côté. Outre les indices visuels nombreux à la présence de ces langues variées, de courtes interjections témoignent de leur mélange tout le long de la série, alors qu'aucune indication claire n'est laissée en ce qui a trait à la langue préférée par nos héros. Si les systèmes de leur vaisseau sont en anglais, il est en fait probable, malgré l'origine de la série qui nous pousserait à penser que la langue de communication clé est soit l'anglais, soit le japonais, que l'équipage du *Bebop* communique en fait plus naturellement en cantonais⁵⁶. L'anime établit en effet à plusieurs reprises l'importance de la culture chinoise dans cet univers futuriste, et divers indices nous poussent à supporter cette théorie qui affirme encore une fois le potentiel transnational de l'œuvre. Spike, bien sûr, a des liens avec la culture chinoise, en tant qu'ancien membre du Dragon rouge, basé sur Mars, planète où cette influence est prééminente et visible dans sa ressemblance à Hong Kong. Les passerelles interplanétaires dévoilent aussi l'importance de cette culture, leurs annonces étant systématiquement en anglais, puis en chinois et seulement ensuite en japonais. En parallèle, Ein et Faye sont rencontrés dans Chinatown, alors qu'on sait que la jeune femme est née en 1994 à Singapour, un choix conscient de Watanabe, dans le but de lui permettre de s'adapter rapidement au monde des années 2070, dominé par le chinois et l'anglais. De façon plus anecdotique, divers remèdes et plats au travers de la série sont spécifiquement d'origine cantonaise, alors que Spike est lui-même un spécialiste du jeet kune do, art martial chinois. Jet de son côté maîtrise également la langue, recevant par ce biais dans l'épisode *Boogie Woogie Feng Shui* un email.

La série, comme nous l'avons vu, référence par ailleurs profusément la culture occidentale, notamment au travers des genres du western et du film noir, en ne se contentant pas seulement de *montrer* ces éléments, mais de faire interagir les personnages avec pour y apporter de la profondeur. Spike est ainsi la figure du cowboy solitaire dont Andy (avant de devenir un samurai) est le stéréotype comique, alors que Jet est un fan inconditionnel de jazz et blues. Ce sur quoi nous n'avons pas assez insisté en revanche, c'est la présence d'éléments non-occidentaux, et donc non hégémoniques, qui sont effectivement intégrés tout naturellement dans l'œuvre. Au-delà des peuples des Premières Nations ou de personnages secondaires ou tertiaires en foulard ou turban, *Cowboy Bebop* est aussi le premier anime à faire honneur à une variété de personnages noirs tant

⁵⁶ La théorie est supportée et documentée sur ce site : <http://bebopattic.weebly.com/the-true-language-of-the-bebop-crew.html>

dans leurs rôles que leur aspect physique, en particulier dans son 17^e épisode, *Mushroom Samba*. Celui-ci met en scène Coffee, une chasseuse de prime absolument inspirée de Pam Grier dans le film *Coffy* (1973), à la recherche de Domino Walker, un dealer lui-même noir, dont le nom fait écho tant à la chanson *Domino* de Led Zeppelin qu'au cowboy *Walker, Texas Ranger* (1993). S'ajoute qu'on trouve parmi les clients de Domino les frères Shaft, du film éponyme (1971), dont l'un deux, tirant un cercueil vide, est utilisé au service d'une autre référence, au film *Django* (1966). Punch, présentateur de l'émission *Big Shot*, est un autre des (nombreux) personnages de couleur notables de la série, jouant pour la télévision le personnage du cowboy « classique » et enthousiaste, alors qu'on nous le dévoile à la fin de celle-ci en tant qu'Alfredo, un homme d'âge moyen, soucieux de prendre soin de sa mère... Si son rôle n'est pas le plus essentiel dans l'univers de la série, il l'est en ce qui concerne la structure narrative de l'œuvre : une fois l'émission *Big Shot* supprimée par manque d'audience, Alfredo n'endosse plus le rôle (ou le masque) de Punch, ce qui marque aussi pour l'équipage du *Bebop* le moment de laisser derrière leur ego et persona, pour affronter enfin leur passé et les identités de chacun. Cette attention aux détails est décidément une des forces de la série, qui met en scène des personnages humains et complexes, évoluant dans un monde difficile⁵⁷. Cette représentation, qu'on pourrait qualifier d'« honnête », des personnages noirs, ou peut-être d'« à la mesure » de ceux-ci, a su répondre à une attente de l'audience internationale. Pour les fans noirs en particulier, *Cowboy Bebop* a souvent constitué la première représentation attirante de personnages à leur image⁵⁸. *Cowboy Bebop* est ainsi systématiquement citée dans les listes de fans quand se pose la question des meilleurs représentations de personnages noirs. Cela est finalement lié à ce que l'anime fait de mieux, à savoir nous montrer une histoire qui tourne autour de l'Humanité, et ce qui l'unit, à commencer par le poids de son passé et la solitude qui l'habite.

Par conséquent, on peut aisément imaginer qu'une série aussi connue et encensée que *Cowboy Bebop*, ovni des années 1990 devenue icône de la culture populaire, influence durablement les choix de représentation ethniques et culturelles, jusqu'alors peu nombreuses et souvent

⁵⁷ Comme de fait, les criminels de la série ont, pour la plupart, souffert de leurs circonstances et de la corruption environnante, n'étant rien de plus que les produits d'une société injuste.

⁵⁸ L'apparence et les actions caricaturales des personnages noirs, qui rappellent la figure du *minstrel*, aux lèvres épaisses et aux yeux exorbités, ont été prévalentes dans les anime du XX^e siècle, inspirés des productions racistes des Disney et Warner des années 1940 et 1950. Ce genre de représentation a significativement diminué, mais n'a pas encore disparu pour autant aujourd'hui.

incomplètes, voire inadéquates, dans le domaine de l'animation japonaise. Mais cela a-t-il vraiment été le chemin emprunté par le médium, en parallèle des changements sociaux et culturels traversant le Japon contemporain ? C'est ce qu'il nous reste à voir dès maintenant avec notre deuxième œuvre.

3.3 Étude de cas numéro 2 : *Nana* (2006-2007)

3.3.1 Autour de la série

Nana, c'est l'histoire de deux jeunes femmes aux univers antithétiques dont la rencontre dans le Japon du début du XXI^e siècle semble pourtant prédestinée. Elles partagent un prénom, un âge, et au jour de leur rencontre, une destination : Tokyo. La première, Komatsu Nana, est une enfant gâtée, « cœur d'artichaut », rêveuse et sensible. En un sens, elle est l'archétype de la jeune femme « parfaite », avec son univers kitsch et sa recherche du grand Amour, celui qui la conduira au mariage et à fonder une famille, selon un modèle typiquement japonais. La seconde, Osaki Nana, est beaucoup plus mystérieuse et solitaire, jusqu'à en paraître froide, ce qui ne l'empêche pas d'avoir un rêve ambitieux : celui de passer professionnelle dans le monde de la musique, à la tête d'un groupe punk. Malgré leurs différences manifestes, les deux jeunes femmes, qui bientôt partagent un appartement, s'attachent l'une à l'autre, jusqu'à développer une amitié qui a de quoi faire pâlir les romances alentours.

Nana, c'est originellement deux one-shots⁵⁹ qui sont bientôt transformés en une série de 21 tomes, publiés de 2000 à 2009. C'est ensuite un anime, composé de 47 épisodes de 23 minutes chacun, puis, rapidement, la série est adaptée en plusieurs jeux vidéo et films, qui témoignent de son empreinte sur la culture populaire⁶⁰. *Nana* a de fait marqué le monde du shôjo dès sa sortie et demeure aujourd'hui encore une référence pour les fans du genre. Le manga est notamment récompensé du prestigieux 48^e prix Shôgakukan en 2002 dans la catégorie shôjo, lequel prix a mis en valeur nombre de classiques⁶¹. La série papier est aussi nommée pour le prix culturel Osamu Tezuka en 2004, 2006 et 2008, et se place dans les favoris au Japon et à l'étranger dans les années de sa parution, au point que plusieurs de ses volumes atteignent le top des ventes⁶². Finalement, en 2008, après huit années de parution, *Nana* se hisse à la 6^e position des manga les plus consommés, se classant derrière des succès phénoménaux tels que *One Piece* (1997–en cours), *Naruto* (1999–

⁵⁹ Un one-shot est une parution unique, généralement de la taille d'un chapitre, racontant une histoire complète. Le terme est utilisé pour les albums de bande-dessinées et manga.

⁶⁰ *Nana* n'a toutefois pas de fin, les manga et l'anime étant officiellement en « pause » en raison de l'état de santé de son auteur, Yazawa Ai.

⁶¹ Parmi les détenteurs du prix, on compte ainsi plusieurs géants tels que *Doraemon* (1981), *Hana yori dango* (1995), *Détective Conan* et *Monster* (2000), *Inuyasha* (2001) ou encore *Bleach* (2004).

⁶² Le dernier tome figure également dans le top 10 du New York Times la semaine de sa sortie.

2014) ou *Bleach* (2001–2016)⁶³, et en premier représentant du genre shôjo, bien loin devant le pourtant iconique *Sailor Moon* (1991–1997), ce qui donne un aperçu de l'ampleur du phénomène. L'adaptation du manga en anime s'illustre également par son succès. Ce dernier, réalisé par le studio Madhouse, et alors qu'il est diffusé la nuit en raison de ses thèmes matures, bat ainsi des records d'audience au Japon⁶⁴. Là où l'anime s'illustre encore, c'est en bénéficiant d'une bande son d'exception qui met en valeur l'un des éléments centraux de l'intrigue : la musique. Il fait ainsi appel aux artistes Tsuchiya Anna et Olivia Lufkin, deux chanteuses à la réputation établie sur le sol japonais. Elles composent pour l'occasion plusieurs chansons pour les groupes fictifs de Blast et Trapnest.

Le succès de *Nana* est d'autant plus impressionnant que l'œuvre s'inscrit dans un genre de shôjo plus mature, tourné vers un public de jeunes adultes. On la qualifie d'ailleurs régulièrement de josei, genre moins connu et rentable. Pour le public occidental en particulier, cela constitue une découverte. Non seulement la diffusion des manga, en France par exemple, est-elle relativement récente⁶⁵, mais les titres shôjo qui sont alors en circulation sont ceux tournés davantage vers le jeune public dans des thèmes centrés sur le fantastique, l'aventure, la romance adolescente. *Nana*, dans son genre réaliste, est en quelque sorte le précurseur d'une deuxième vague de shôjo qui, remplaçant les *Sailor Moon* et œuvres similaires, vise une nouvelle audience, ou tente de séduire une nouvelle fois ses premiers lecteurs grandissants. L'œuvre est d'autant plus incontournable que sa sortie papier couvre la majeure partie de la décennie, de 2000 à 2009, tout en restant une référence à l'heure actuelle. L'anime se démarque également par le fait qu'il demeure le shôjo à la première saison⁶⁶ la mieux notée par les fans sur *MyAnimeList* (MAL), un site de référence incontournable pour les amateurs du médium. Tous genres confondus, la version anime de *Nana* fait partie sur le site d'une poignée de productions à la note globale dépassant 8/10, le 10/10 du « chef d'œuvre » n'ayant jamais été attribué. Difficile ainsi de passer à côté de la série lorsqu'on aborde le genre shôjo... Et en l'occurrence, malgré son univers résolument ancré dans le Japon contemporain, on y trouve plusieurs éléments en filigrane à exploiter pour notre analyse de la

⁶³ Nous donnons ici les dates de parution des manga.

⁶⁴ Il est courant de diffuser entre 22h et 4h du matin les séries orientées vers un public adulte en raison de leur représentation de sujets sensibles.

⁶⁵ Les manga paraissent alors avec un certain nombre de « clés de lecture », pour comprendre tant leur format que les éléments culturels qui les composent.

⁶⁶ Et pour cause puisqu'il n'y en a pas d'autre à ce jour.

représentation. En effet, la diversité de *Nana* ne saute pas aux yeux. On peut pourtant imaginer que, si l'œuvre n'est pas une représentation factuelle et objective de la réalité, elle reste porteuse d'une sensibilité japonaise qui la rend révélatrice à cet égard.

3.3.2 *Nana* dans les grandes lignes

Commençons d'abord par décrire *Nana*, son cadre, ses thèmes et ses personnages, qui s'avèrent ancrés dans un réalisme qui les rend d'autant plus crédibles et surtout qui réaffirme une volonté de toucher une audience d'adolescents et de jeunes adultes matures, à contre-courant de la majorité des shôjo. La série, qui porte le nom de ses deux héroïnes, se dévoile à travers leurs narrations respectives pour aborder la période du passage à l'âge adulte et les difficultés qui l'accompagnent.

3.3.2.1 En toile de fond

L'histoire prend place dans le Japon du début des années 2000, et plus précisément le 5 mars 2001, à la rencontre de Komatsu et Osaki Nana dans le Shinkansen pour Tokyo, ville où se déroule la plupart de l'action.

Nana, comme beaucoup d'autres manga et anime, présente de façon très réaliste le Japon, ses villes et son architecture. Ainsi, Tokyo, pour les deux jeunes femmes qui viennent en comparaison de la « campagne » japonaise, est une métropole tentaculaire, attractive et la ville de tous les possibles. En même temps c'est un endroit bruyant, inconnu, peuplé, et où la vie est coûteuse, ce que l'anime établit dès le début. Avec un petit budget, et sans travail stable, les deux Nana finissent par partager un appartement excentré au bord d'une rivière, au dernier étage d'un vieux bâtiment de style occidental sans ascenseur⁶⁷. Et comme dans la vraie Tokyo, en suivant les deux femmes dans leur vie quotidienne, on aperçoit en arrière-plan un certain nombre de magasins aux noms occidentaux, ou rappelant en tout cas l'Occident, tels qu'ils sont populaires au Japon⁶⁸. Komatsu Nana va ainsi rapidement trouver un emploi de vendeuse dans un magasin appelé « Sabrina », alors que son petit-ami travaille quant à lui en tant que serveur au restaurant « Jolie Mama ». Lorsque la jeune femme obtient par la suite un travail dans une maison d'édition, on voit apparaître des noms de magazines tels que « Show Biz », « Close up! », « Japon » ou « Watcha! », ce dernier ayant un segment

⁶⁷ L'un des personnages note d'ailleurs avec enthousiasme que partager un appartement comme « les étrangers » le font est inhabituel.

⁶⁸ Entre autres, on peut voir les boutiques « Sweet », « Baker » et « Bakershops » dans l'anime.

intitulé « France, Paris tour, new! ». Enfin, elle apprécie également de sortir manger dans des restaurants ou de faire du shopping, un de ses endroits préférés étant le « Jackson Hole ». ⁶⁹ Ces emprunts, parfois maladroits, à d'autres langues, sont très présents au Japon, particulièrement avec l'anglais et le français dont le mésusage a conduit à la naissance des termes « Engrish » et « Franponais » pour les désigner. Il n'est ainsi pas rare que des enseignes prennent un nom étranger ou incorporent quelques phrases d'une langue ou d'une autre sur les emballages de leurs produits ou leurs devantures, ce qui est de « bon goût » dans certains domaines, la mode et la cuisine en particulier ⁷⁰.

L'ambiance du début du XXI^e siècle se retrouve également dans le style vestimentaire des personnages. L'auteure de l'œuvre, Yazawa Ai, prête de fait toujours beaucoup d'attention aux tenues de ses personnages, qui changent régulièrement et s'accordent aux tendances de leur époque ⁷¹. Ainsi, le début des années 2000 au Japon se caractérise notamment par le « kawaii unisexe » aux jeans skinny et aux T-shirts neutres, ce qu'on va retrouver régulièrement dans l'œuvre. Le Japon est également un grand fan des créations de Vivienne Westwood, que le manga et l'anime documentent copieusement, et pour cause, la styliste britannique était aussi la compagne du manager des Sex Pistols, un groupe central dans l'œuvre. *Nana* tourne en effet autour du monde la musique, et plus particulièrement des groupes Trapnest et Black Stones ⁷², respectivement groupes de pop-rock et de punk, très influencés par la musique étrangère. Yasu, le batteur de Blast, possède par exemple une belle collection musicale qui inclut Nirvana, Metallica, les Sex Pistols, Green Day, RadioHead, Rage Against the Machine, les Beastie Boys, ou encore The Red Hot Chili Peppers.

Avec de telles influences, il n'est pas surprenant que les deux groupes de musique chantent en japonais, mais aussi en anglais, une langue qu'on va donc retrouver dans leurs chansons ou à l'occasion de discussions ponctuelles qui ajoutent une touche de réalisme supplémentaire à l'œuvre.

⁶⁹ Il s'agit d'un bar-restaurant dans le thème des westerns et cowboys qui existe véritablement et se trouve à Chôfu, l'une des villes de la métropole de Tokyo.

⁷⁰ La série établit d'ailleurs le foie gras et le caviar comme le summum de la nourriture luxueuse, plutôt que d'autres aliments japonais dans la même gamme de prix.

⁷¹ Cela ancre encore davantage l'œuvre dans le style réaliste, car il est en fait peu courant que les personnages d'anime changent de tenue.

⁷² L'origine de Black Stones est expliquée dans la série. C'est d'abord une référence à la marque de cigarettes éponyme qu'un des membres apprécie, mais le nom du groupe est régulièrement raccourci pour devenir « Blast », « coup de vent » en anglais, une signification qui plaît également au groupe.

Un épisode en particulier illustre également la difficulté de l'anglais pour la plupart des Japonais quand l'un des personnages indique à Komatsu Nana que, si elle a besoin de le rejoindre à son hôtel en Angleterre, elle peut le faire sans problème puisqu'un des membres du personnel parle le japonais. Avec différentes langues viennent aussi différentes cultures, ce que l'anime aborde à plusieurs reprises. On voit ainsi dans l'un des premiers épisodes un personnage tentant d'exprimer ses sentiments à un autre. Se sentant piégé par son identité japonaise, il tente mentalement de se conjurer un alter ego américain, qu'il nomme intérieurement Michaël, et qu'il imagine sur fond de musique patriotique et du drapeau étoilé.

3.3.2.2 Les personnages

Nana, c'est aussi et avant tout un set de personnages complexes et distincts. Au premier plan, on trouve bien sûr Komatsu et Osaki Nana, les deux narratrices. La première, dont nous avons déjà parlé, est la narratrice des débuts de la série. La jeune femme est une idéaliste romantique, mais matérialiste, allant de désillusion en désillusion en ce qui concerne la romance, dont elle fait son objectif principal, jusqu'à rencontrer sa future colocataire, l'autre Nana. Cette dernière, voix de la seconde partie de la série, semble être son opposée : elle a les cheveux courts, un style punk, une attitude débrouillardes et confiante à laquelle s'ajoute une aura charismatique lui donnant une forte présence. En d'autres termes, elle est, pour reprendre plusieurs personnages de la série : « cool », là où la féminine Komatsu Nana se place en archétype de la Japonaise parfaite, douce, « mignonne » et innocente⁷³. Cette dernière, rapidement renommée Hachi, ou Hachiko⁷⁴, par ses amis afin d'éviter de la confondre avec sa colocataire, se décrit d'ailleurs elle-même comme banale. Ses premiers mots dans l'épisode 2 de l'anime sont : « La ville dans laquelle je suis née était entourée de montagnes. Ce n'était ni une grande ni une petite ville. (...) Ce n'était pas non plus un lieu touristique. Je suis la cadette d'une famille de trois enfants. Mes parents ne sont ni riches ni pauvres. » Osaki Nana en comparaison est complètement atypique dans le contexte japonais : enfant illégitime abandonnée par sa mère puis élevée par sa grand-mère qu'elle perd à l'adolescence, elle arrête ses études durant le lycée pour poursuivre sa passion de la musique. Ces caractéristiques font qu'elle est régulièrement seule et incomprise, intérieurement effrayée de

⁷³ Les deux s'opposent ainsi comme des représentations des *kakoi* et *kawaii josei* : jeunes femmes « cools » ou « adorables ».

⁷⁴ En Japonais, Nana signifie « 7 », et « Hachi » 8, mais au-delà de cette première référence qui se veut comique, le surnom « Hachiko » évoque surtout le célèbre chien japonais, et suggère la loyauté sans faille de la jeune femme pour son amie et colocataire.

perdre l'amour et le soutien de ses amis, ce qu'elle cache sous un masque d'indifférence, là où Hachi vit toutes ses émotions intensément.

Avec chacune des deux Nana vient également un monde de personnages secondaires dont nous voulons détailler quelques-uns en particulier. Du côté de Komatsu Nana, ou Hachi, ce sont ses amis Saotome Junko et Takakura Kyosuke qui nous intéressent. À la fois Junko et Kyosuke sont typés : les deux ont en effet la peau relativement matte et contrastent avec les autres personnages à l'écran. Junko a par ailleurs des cheveux très bouclés, voire frisés dans le manga, alors que Kyosuke porte en permanence des dreadlocks. Certaines de leurs tenues sont aussi très bohèmes, voire exotiques. Ainsi, leur différence est visuellement limpide, pourtant, à aucun moment n'est posée la question de leurs origines. Certes, leurs noms sont japonais, mais leur phénotype ne l'est pas, et dans le Japon contemporain, cela devrait suffire à susciter des interrogations, même candides. C'est d'autant plus vrai que tous deux viennent de la campagne, où l'on croise, de fait, moins de personnes à l'allure « différente ». On pourrait penser que c'est un parti pris de l'anime, qui va ignorer de potentielles différences ethniques chez tous, mais ce n'est en fait pas le cas, ce qu'on peut voir du côté de l'entourage d'Osaki Nana.

C'est par son biais que la plupart des personnages centraux sont introduits, et parmi eux, nous nous attarderons à décrire Okazaki Shinichi, bassiste de Blast, et Serizawa Reira, chanteuse de Trapnest. En effet, à la fois Shinichi (dont le surnom, Shin, est largement plus utilisé) et Reira ont une apparence japonaise et devraient donc passer inaperçus. Pourtant, Shin est né et a été élevé à l'étranger, en Suède, et Reira, dont le père est américain, à New York, aux États-Unis. Ces deux personnages, malgré leur apparence typiquement japonaise, vont être l'objet de questionnements ethniques et culturels tout au long de la série. À plusieurs reprises, il est fait référence à la beauté de Shin, et à la qualité de son anglais, mais aussi à ses lacunes concernant la culture japonaise, amenant à se demander, même parmi ses proches, si cela pourrait être expliqué par un parent étranger. Ce n'est en fait pas le cas puisque les deux parents de Shin sont Japonais. Il a simplement été élevé à l'étranger, et d'ailleurs même pas dans un pays anglophone. Reira, de son côté, est à moitié japonaise du côté de sa mère, mais se retrouve à devoir cacher ses origines étrangères pour plusieurs raisons. La première, c'est qu'elle sait qu'en les divulguant, les gens se mettraient à supposer que ses qualités viennent de son côté étranger. Il n'est de fait pas rare d'entendre au Japon qu'une personne est belle, ou talentueuse, dans un domaine ou un autre, parce qu'elle est hafu (de

l'anglais « half », à moitié japonaise). Reira, dont le nom d'origine est en fait Layla⁷⁵, cache aussi son héritage américain et anglophone à la demande de son agence, qui est persuadée qu'elle est d'autant plus populaire que le public voit en elle une Japonaise exceptionnelle et perdrait de son intérêt en découvrant son métissage. D'un point de vue commercial, l'agence a peut-être raison, puisque la chanteuse est souvent décrite comme ayant un talent rare et une tessiture peu commune... pour une Japonaise. Il est donc curieux que Junko et Kyosuke échappent à cet examen rigoureux de leur apparence, de leurs origines et de leurs manières, mais pas Shin et Reira, alors qu'ils ont le même entourage.

Enfin, au-delà des personnages principaux et secondaires, regardons ceux à l'arrière-plan de la série. Soulignons une nouvelle fois que nous nous trouvons dans Tokyo, une ville qui, même en l'an 2000, comptait parmi sa population 2,44% d'étrangers, soit près de 800 000 personnes⁷⁶. Et à ces 800 000 résidents, il faut encore ajouter les flux du tourisme international, qui amenaient cette même année près de 5 millions de touristes étrangers au Japon⁷⁷. Cette diversité, à l'écran, est invisible. Ni dans les rues animées de la ville, ni dans ses magasins, ses bars ou ses clubs et salles de concert, n'apercevons-nous l'ombre d'un touriste, d'un étudiant ou d'un travailleur pouvant être d'origine étrangère. En fait, le seul personnage à dénoter de par son apparence et ses manières est la jeune sœur de Komatsu Nana, qui embrasse pleinement le style ganguro⁷⁸, se teignant les cheveux en blond platine tout en bronzant sa peau au maximum.

Ces éléments que nous avons relevés, avant d'en tirer des conclusions, nous allons tenter de les remettre dans leur contexte.

⁷⁵ Elle japonise son nom pour le public.

⁷⁶ <https://www.nippon.com/en/japan-data/h00398/the-changing-face-of-tokyo-one-in-eight-shinjuku-residents-are-foreign-nationals.html>

⁷⁷ <https://www.tourism.jp/en/tourism-database/stats/inbound/>

⁷⁸ Le style ganguro (littéralement « visage noir ») a atteint son apogée au tournant des années 2000, se caractérisant par des cheveux décolorés, une peau très bronzée, et un maquillage ostentatoire de couleur claire, en opposition complète avec l'image de la Japonaise traditionnelle.

3.3.3 Les éléments en contexte

3.3.3.1 Les genres de l'œuvre

Nana est certainement une œuvre à part, que certains n'hésitent pas à qualifier de série de référence du nouveau shôjo tant elle a contribué à ses codes et à ceux du josei. Justement, il est difficile de classer la série dans l'une ou l'autre des deux démographiques. Le shôjo manga, littéralement manga pour « jeunes filles », englobe, d'un côté, une audience démographique de 8 à 20 ans, alors que le josei, de l'autre, cible généralement un public de 17 à 40 ans, ce qui fait que les deux catégories se recoupent en plusieurs endroits.

D'une part, le genre du shôjo est l'une des trois catégories éditoriales les plus populaires, derrière les shônén et seinen, qui ciblent respectivement un public masculin adolescent et adulte. C'est aussi un type d'anime jouissant d'une popularité constante bien qu'éclipsée par les deux autres démographiques. En dehors de son audience cible, la définition du shôjo est relativement souple. En effet, bien que la plupart incluent des éléments de romance, les histoires n'ont pas à s'y arrêter, ce qui leur permet une grande amplitude narrative. Le genre horrifique est d'ailleurs étonnamment souvent retrouvé dans cette catégorie. Il est en fait souvent plus facile de reconnaître un shôjo suivant ses codes esthétiques et visuels, qui sont pourtant, là encore, susceptibles de varier. Dans les grandes lignes, l'apport du shôjo tient au traitement et à la présentation de ses personnages qu'il représente, eux et leurs émotions, extensivement. Il mise ainsi sur leurs expressions faciales et corporelles pour intensifier la narration. Le genre fait aussi souvent référence à la culture européenne, aimant à ajouter des éléments étrangers aux intrigues, sous la forme d'objets, de lieux ou de personnages⁷⁹.

Nana s'inscrit certainement dans cette définition du shôjo, mais force est de constater que ses thèmes poussent également la série vers le genre du josei. Ce dernier émerge du shôjo dans les années 1980 en tant que genre plus mature, traitant souvent de sujets difficiles, dramatiques, sexuels et violents. Dans la réalité cependant, le josei a du mal à se distinguer véritablement de son parent shôjo et les deux genres se mêlent fréquemment. Cependant, s'il y a une tendance stable dans le josei, c'est celle d'avoir pour personnages des jeunes femmes sorties de l'école et entrant à

⁷⁹ Il est donc assez commun de retrouver dans un shôjo des personnages métissées, les hafu, en particulier d'origine caucasienne, pour leur potentiel glamour et exotique, dans des représentations souvent limitées et de façade.

l'université ou dans le monde du travail. Ce choix fait que le josei s'ancre, plus encore que le shôjo, dans le monde réel, choisissant souvent une narration réaliste plutôt qu'idéalisée. Cependant, le genre, dont la cible d'audience première est celle des jeunes femmes et des femmes matures, a tendance à s'enfermer autour de la romance, aussi dramatique soit-elle, échouant à se diversifier. Ce thème récurrent rend la catégorie marginale et généralement ignorée des autres fans d'anime plus « tendances », ce que *Nana* a participé à révolutionner. En effet, la série, en dépit de son fond de romance, aborde des thèmes très matures : le suicide, l'addiction, les maladies mentales, l'abandon, mais aussi les difficultés de la vie d'adulte, de la recherche d'emploi et de logements à la nécessité de trouver sa place en société. Elle a ainsi su attirer une large audience, faisant d'elle la série shôjo/josei la plus regardée et acclamée par les fans du genre, sans être ignorée pour autant des autres. Cela a notamment permis au genre du josei de gagner un nouveau souffle : sur MAL, à partir de 2007, ce sont 42 nouvelles séries josei qui sont recensées, contre seulement 15 de la création du genre jusqu'en 2006 : un bond de 280%.

3.3.3.2 Un aperçu du Japon au tournant du XXIe siècle

Ce souci du détail, qu'on peut attribuer au genre shôjo, et plus encore à la prétention réaliste du josei, nous pouvons largement le documenter. *Nana* s'ancre à sa façon dans la vie quotidienne de ses deux héroïnes et de leurs amis. Les deux Nana, en particulier, sont plus à fleur de peau qu'elles ne veulent l'admettre, à tenter d'endosser tant bien que mal leur nouvelle vie d'adulte et la solitude qui vient avec. Osaki Nana a été particulièrement marquée par l'abandon de sa mère, la mort de sa grand-mère, puis le départ de son petit-ami, Ren, pour faire carrière dans la musique deux ans plus tôt⁸⁰. Pour combler la solitude, elle se lance à corps perdu dans sa propre carrière musicale, travaillant la journée dans des emplois temporaires divers, et le soir à lancer son groupe, Blast. À mesure que leur succès se confirme, l'état de santé de Nana se dégrade. Elle commence à faire des crises de panique et vit des épisodes de ce qui ressemblerait à un trouble dissociatif de l'identité : il lui arrive à plusieurs reprises de se réveiller quelque part sans savoir ni quand ni comment elle s'y est rendue, ou d'oublier ses clés, son téléphone à des endroits incongrus... Komatsu Nana, normalement enjouée, a ses propres problèmes, et notamment celui de « tomber amoureuse » et de se dévouer entièrement à sa nouvelle relation, dans une dynamique de dépendance toxique, schéma

⁸⁰ Le couple est d'ailleurs visuellement et narrativement inspiré de Sid et Nancy, le célèbre chanteur des Sex Pistols et son amante.

qu'elle répète à plusieurs reprises, y compris dans sa relation (co-dépendante il faut le dire) avec sa colocataire.

La plupart des personnages de la série sont de fait à la recherche d'un équilibre : Ren, petit-ami d'Osaki Nana et guitariste de Trapnest, lui-même abandonné à la naissance, se bat maintenant avec des problèmes d'addiction. Shin, bassiste de Blast et grand admirateur de Ren, a lui-même un problème de drogue, de même qu'une forte dépendance à la cigarette, voire à l'alcool, ce qui est le cas de la plupart des personnages de la série. À cela s'ajoute que Shin, bien qu'il le cache, est un mineur non supervisé : sa mère s'est suicidée et son père ne veut pas entendre parler de lui, soupçonnant qu'il soit le produit d'une affaire, ce qui le conduit très tôt à se prostituer et à développer un certain mépris pour la gent féminine en général.

À ces thèmes sensibles et sombres s'ajoutent les éléments normaux de la vie d'adulte. On voit ainsi les personnages évoluer dans des contextes de la vie quotidienne : Hachi aime faire la cuisine et sort régulièrement faire les courses. En parallèle, elle tente de garder un emploi pour continuer à se permettre des achats de tous les jours mais également certaines impulsions qui lui coûtent parfois son dîner. On voit encore les personnages attendre le train ou un taxi, chercher un logement, faire de la lessive, à un rythme qui rappelle définitivement celui de notre vie à tous. Même la vie de star est loin d'être idéalisée, puisqu'on ne nous cache ni les heures de répétition, ni la difficulté à se faire une place dans le monde médiatique, ou encore la nécessité de donner des interviews, de voir son image distordue par les journaux et paparazzi...

De cette façon, *Nana* approfondit, plus que le thème de la romance, ceux de l'amitié et du développement personnel, à travers les expériences et les échecs de chacun. La série a donc un style qu'on pourrait qualifier d'hyperréaliste, puisqu'elle ne nous épargne rien. Autre élément de ce réalisme aigu : elle insiste sur le thème du sacrifice de soi, plutôt que celui, très fréquent dans les anime, de la poursuite de ses rêves à tout prix. Ici, certains n'atteignent jamais lesdits rêves, ou apprennent à rêver moins grands, alors que d'autres, qui y parviennent, découvrent que la réalité est différente de leur fantaisie, ou qu'ils y sont parvenus d'une façon qui n'est pas celle qu'ils auraient souhaitée. Le réalisme de *Nana* s'inscrit ainsi profondément dans les genres des shôjo et josei.

3.3.3.3 *Nana* dans son époque

La série, une adaptation de manga portée à l'écran, suit un chemin typique pour son époque, pendant laquelle de telles transformations d'un média à l'autre concernaient près de 90% des anime en circulation (MacWilliams 2008 dans Tomos 2013 : 18). En même temps, elle a su se faire une place parmi les œuvres les plus populaires, tant au Japon qu'à l'étranger, en appartenant à un genre généralement moins consommé, ce qui n'est pas loin d'être un exploit. Le très populaire MAL compte ainsi 50 sorties shôjo et josei entre 1990 et 1999, un chiffre identique à celui des années 2000 (ce qui représente moins de 4% de la production), mais qui connaît par la suite un bond important, atteignant entre 2010 et 2019 un total de 134 nouvelles séries animées. Considérant la quantité de nouvelles séries arrivées durant cette période (2269, soit près du double de la production des années 2000), le résultat demeure honorable, atteignant 5,9% des anime sortis.

Nana se démarque aussi des œuvres du même genre, parmi lesquelles il est difficile de lui trouver un équivalent. En même temps, elle en regroupe des éléments quintessentiels à plusieurs niveaux. Si on analyse les autres anime shôjo ou josei populaires de l'époque du point de vue de la représentation de l'Étranger (ou de son absence flagrante), on peut en fait constater que *Nana* est typique. Du côté des shôjo, le très connu *Ouran High School Host Club* (2006) introduit l'habituel (et charismatique) hafu blanc, Tamaki Suoh, dont la mère est française ; alors que l'également très apprécié *Lovely Complex* (2007) a un set de personnages 100% japonais⁸¹. Dans le genre josei, seul *Nodame Cantabile* (2007) est relativement connu et se tourne quant à lui vers les habituels rêves européens. La série présente ainsi une poignée de personnages étrangers aux cheveux et aux yeux clairs. En somme, ces exemples confirment que les genres des shôjo et josei se limitent généralement à ne présenter de l'Étranger qu'une poignée d'éléments européo-centrés des plus convenus, ignorant totalement la diversité qui se trouve ailleurs, et plus encore celle au Japon.

Plus largement, les années 2000 sont aussi celles qui ont vu paraître les très populaires *Naruto* (2002–2007), *Bleach* (2004–2012) et *Death Note* (2006)⁸². Les deux premiers, puisqu'ils touchent au fantastique et au surnaturel, ne rentrent pas dans le cadre de notre analyse. De tels genres compliquent en effet l'interprétation ethnique et culturelle des personnages. Toutefois, on peut

⁸¹ Les personnages se démarquent toutefois en parlant le dialecte du Kansai, un fait rare puisque les anime sont généralement doublés en Japonais standard ou dialecte de Tokyo.

⁸² Les dates correspondent ici aux sorties au format anime.

rapidement souligner la présence de personnages ethniquement divers dans les deux œuvres, ce qui, dans le cas de *Bleach* en particulier, a fait beaucoup débat parmi l'audience. Certains voient en effet cette représentation d'un bon œil, alors que d'autres l'interprètent comme une hiérarchisation raciste des personnages, pointant du doigt une tendance à représenter les personnages typés japonais comme les « héros », et ceux Espagnols et Latinos plus souvent comme des « méchants » (Fennell, Liberato et al. 2012). *Death Note*, de son côté, invite le surnaturel dans le monde réel. Mais malgré un scénario aux ambitions internationales qui impliquent le FBI, la CIA, et tous les organismes de recherche criminelle possibles, la série échoue à étendre véritablement son univers au-delà du Japon et de son contexte culturel, ne représentant finalement du reste du monde qu'une poignée de personnages étrangers au background anglais similaire.

3.3.4 En bref : Un aperçu des tendances shôjo

3.3.4.1 Une perspective nippocentrée

Que penser alors de *Nana* et de sa représentation du monde des années 2000 ?

La série papier et télévisée s'avère offrir une représentation fidèle de la réalité du début du XXI^e siècle au Japon, une réalité marquée par la décennie des années 1990, la crise financière et économique, et de nouveaux problèmes, en particulier la solitude et la dépression, dont on commence à prendre la mesure. Par cette volonté de réalisme, et plus encore de maturité dans sa narration, *Nana* s'inscrit fidèlement dans la tradition des shôjo et josei. En parallèle, l'angle d'approche de l'œuvre est celui d'une perspective nippocentrée : *Nana* est en effet un manga et un anime sur le Japon, produits par une auteure et une équipe de réalisation japonaise, et ce pour un public lui-même japonais. Ainsi, il n'est pas étonnant que la série ne prête ni attention à la diversité ethnique et culturelle en sol japonais, ni aux événements extérieurs au Japon. Plus précisément, elle mentionne à au moins quatre reprises que « Tokyo, ce n'est pas l'étranger » (épisodes 1, 8, 17 et 25), dans des contextes péjoratifs, ce qui résume l'attention portée aux autres pays comme des endroits lointains dont le Japonais moyen est, de fait, déconnecté.

L'orientation vers une perspective « locale » est confirmée par le fait que le succès de Trapnest et Blast, malgré les influences musicales étrangères des deux groupes, semble se limiter à une audience japonaise. Cela fait finalement écho à des tendances réelles : l'industrie du divertissement

japonaise, ce qui inclut les industries cinématographiques et musicales, bénéficie en effet d'une audience nationale investie qui priorise le contenu japonais à celui étranger. De cette façon, cette audience éclipse largement la présence de fans étrangers. Si *Cowboy Bebop* était exceptionnellement marquée par une volonté d'internationalisme, tant de son contenu que de son audience, *Nana* souligne de son côté la tendance dominante du flux anime, particulièrement dans les années 2000, de s'adresser en tout et pour tout à un public japonais désireux de se reconnaître dans le contenu abordé, quitte à ostraciser la représentation de certains éléments défiant les discours du *nihonjinron*.

Cela revient-il à dire pour autant que *Nana* ne nous apprend rien de la représentation de l'Autre ? Il est de notre avis que la série ne passe pas tous les éléments étrangers et leurs liens à la culture japonaise sous silence. Au contraire, il nous paraît qu'elle révèle, à travers un œil japonais standard, une perspective de ce à quoi peut ressembler la « différence ». Celle-ci est parfois critique et éclairée, mais se montre aussi maladroite dans d'autres instances, révélant peut-être une ambivalence japonaise vis-à-vis de ce que signifie appartenir, ou non, à la nation.

3.3.4.2 Des représentations au potentiel inégal

D'un côté, la série semble relativement consciente de l'ambiguïté vécue par les personnes métissées, ce qu'elle illustre avec le personnage de Reira, la chanteuse hafu de Trapnest⁸³. Reira, ou Layla, se trouve ainsi placée dans une position inconfortable qui la pousse à dissimuler son héritage culturel et ethnique pour mieux s'intégrer dans le Japon contemporain et parvenir au succès. La jeune femme est régulièrement décrite comme particulièrement talentueuse et belle, des commentaires qui perdraient sans doute de leur éloge si elle révélait publiquement être hafu. Les hafu, enfants métissés nés d'un parent japonais et d'un autre étranger, représentent pourtant environ 2% des naissances au Japon, ou encore une naissance sur 50 en 2012. Cependant, la majorité a deux parents asiatiques qui lui permettent alors de « passer inaperçu » si elle le désire. Le terme a connu plusieurs évolutions, tant linguistiquement que sémantiquement, et pour Reira, née en 1978, il correspond à un exotisme recherché et même attractif en ce qui concerne les hafu « blancs ». En même temps, en regroupant tous les individus « partiellement » japonais, il va « normaliser » et essentialiser leurs caractéristiques individuelles. Les hafu dont l'un des parents est caucasien sont

⁸³ L'anime a d'ailleurs fait le choix intéressant dans sa version japonaise de faire d'Olivia Lufkin, chanteuse elle-même nippo-américaine, la voix de Reira.

de fait régulièrement associés à un statut privilégié et à des capitaux socio-économiques et culturels élevés en comparaison de leurs pairs, leur apparence physique étant en plus valorisée au Japon. Pour Reira, se placer comme hafu reviendrait potentiellement à perdre cette aura d'exceptionnalité qu'on lui attribue, qui serait alors systématiquement justifiée par ses origines. Aussi, puisqu'elle arrive à se faire « passer pour » une Japonaise, même son agence lui conseille de le faire. La chanteuse fait peut-être aussi ce choix en raison de la discrimination et du harcèlement qu'elle a subis dans son enfance, à une époque où elle apprenait encore le Japonais et était moquée par ses camarades⁸⁴. Le portrait de Reira et des difficultés que peuvent lui causer son identité s'avère donc remarquablement représentatif.

D'un autre côté, la série commet plusieurs impairs qui tranchent avec sa volonté d'offrir un portrait juste des personnages et événements. Ces impairs, ce sont les personnages de Shin, Junko et Kyosuke qui les illustrent le plus franchement. Le portrait de Shin, tout d'abord, est maladroit en ce que le personnage, bien qu'il ait des parents japonais, parle la langue, et vive dans le pays, est régulièrement traité en outsider. La question est de savoir si cette manière de représenter l'adolescent est une critique consciente de certaines attitudes japonaises vis-à-vis des membres de la société qui ne se conforment pas (un peu comme les kikokushijo) ou le simple reflet d'un discours nipponcentré inconscient de ce biais de représentation. Nous penchons plutôt pour la seconde hypothèse. L'inadéquation de Shin est effectivement présentée en plusieurs instances, et au travers des yeux de plusieurs personnages, avec une constance qui éventuellement semble souligner une différence permanente et irréversible, au travers d'exemples finalement clichés. Ainsi, Shin est, entre autres choses, incapable de se servir de baguettes pour manger, ignare vis-à-vis des coutumes et traditions japonaises (du festival tanabata à la différence entre un yukata et un kimono) et a parfois des difficultés à lire les situations sociales. Surtout, même après des années passées au Japon, le jeune homme semble avoir les mêmes problèmes de façon récurrente, comme s'il n'avait rien appris de son temps sur place. En parallèle, et malgré son enfance passée en Suède, il ne parle jamais ni du pays, ni de ses coutumes ou de quelconques souvenirs de là-bas. Plus encore, la fois où il est amené à mentionner ses origines, il déclare simplement être né « à l'étranger » ce qui suffirait d'ailleurs à expliquer la qualité de son anglais. Cette façon de présenter la chose semble

⁸⁴ Le harcèlement scolaire est un problème de taille au Japon, et concerne d'autant plus les enfants métissés et étrangers, qui se démarquent.

très peu naturelle et finalement très japonaise car la population nipponne, surtout si elle n'a jamais voyagé, pense souvent dans de telles catégories binaires, séparant le Japon et le reste du monde et associant le statut d'étranger à la capacité de parler l'anglais sans égard pour l'origine de la personne.

Les personnages de Junko et Kyosuke dans l'anime finissent de nous convaincre de la présence de biais de représentation dans l'anime. Saotome Junko et Takakura Kyosuke, que nous avons déjà évoqués précédemment, sont deux des personnages qui reviennent le plus souvent lorsqu'il est question de la représentation noire dans les anime, et d'autant plus qu'ils sont en couple, et occupent des rôles assez intéressants, bien que secondaires, dans la série. Pourtant, comme nous l'avons déjà énoncé, leur différence, qui se traduit par une couleur de peau légèrement plus foncée, des cheveux frisés qu'ils portent parfois en rastas, et dans le cas de Kyosuke, plusieurs tenues inspirées de Bob Marley, semblent échapper aux autres personnages de la série. En effet, pas un regard ou un commentaire n'est émis par leur entourage, ce qui n'est ni représentatif de la réalité au Japon, ni du traitement réservé en parallèle à Reira, Shin, ou même à Nami. La jeune sœur de Komatsu Nana adopte en effet une apparence ganguro qui lui vaut à plusieurs reprises des commentaires sur sa couleur de peau trop sombre ou ses vêtements qui rappellent « Tarzan » et lui valent une place « dans la jungle » (épisode 17). Kyosuke et Junko sont pourtant eux-mêmes conscients qu'ils se démarquent, la jeune femme s'excusant ironiquement d'avoir une peau sombre après une remarque maladroite de son compagnon dans l'épisode 8 de la série. Alors que l'anime s'aventure par la suite copieusement dans la vie de nombreux personnages, il est des plus surprenants que l'ethnicité du couple, dont on sait qu'au moins Junko est hafu, ne soit jamais abordée. Ajoutons d'ailleurs que plusieurs différences subtiles entre le manga originel et son adaptation anime mettent en évidence une tentative de blanchir les deux personnages. Les cheveux de Junko, notamment, passent de frisés dans le manga à bouclés dans l'anime. Ce blanchiment, les adaptations filmiques de 2005 et 2006 (*Nana* et *Nana 2*) le confirment puisque les deux personnages sont pour l'occasion joués par des acteurs entièrement japonais, alors que le personnage de Reira continue à être joué par une actrice hafu.

Ce que l'anime nous montre donc, c'est une interprétation japonaise de la « japonité », ainsi que la difficulté du pays à se positionner encore dans une ère internationale, ignorant la diversité qui se trouve sur son sol même. Les seuls étrangers envisageables (car c'est souvent ainsi qu'ils sont vus)

seraient alors, dans certaines limites, les enfants métissés ou élevés à l'étranger, dont on questionne pourtant le degré d'appartenance et d'intégration. *Nana* montre encore que si cette question identitaire s'étend « trop loin », vers des images situées décidément hors du cadre restrictif du *nihonjinron*, il est peut-être plus facile de fermer les yeux dessus et de laisser à l'audience le confort de décider de la nature des personnages. En d'autres termes, la série, bien plus timide que *Cowboy Bebop* n'a pu l'être dans ses choix, est à analyser autant par ce qu'elle ose montrer qu'omettre. Voyons maintenant si les anime de la décennie suivante, en particulier ceux se voulant réalistes comme *Nana*, se montrent aussi frileux dans leurs représentations.

3.4 Étude de cas numéro 3 : *Yuri!!! on ICE* (2016)

3.4.1 Autour de la série

Yuri!!! on ICE raconte l'histoire de Katsuki Yuri, un patineur artistique japonais qui, en enchaînant les défaites, commence à douter de son talent. Arrivé dernier lors de son premier Grand Prix, et alors qu'il vient de recevoir son diplôme universitaire, le jeune homme songe à prendre sa retraite et retourner à une vie normale. Rentrant pour la première fois depuis des années dans sa ville natale de Hasetu, Kyûshû, c'est finalement une tout autre voie que Yuri emprunte quand il est remarqué par son idole de toujours, le célèbre patineur russe Victor Nikiforov qui, contre toute attente, décide de mettre de côté sa saison sportive pour l'entraîner. Victor ne doute en effet pas des capacités de Yuri, poussant son élève à se dépasser pour qu'il accède une nouvelle fois au Grand Prix... et qui sait, peut-être à la première place ? On suit alors le duo, pendant près d'un an, de sessions d'entraînements en compétitions sportives internationales, alors qu'il est bientôt rejoint par Yuri Plisetsky, jeune patineur russe prometteur et admirateur de Victor, qui décide de faire du Yuri japonais son rival.

Au travers de ses 12 épisodes, *Yuri!!! on ICE* parvient à faire découvrir à son audience un sport alors jamais abordé sous ce format : le patinage artistique, adoptant un angle inhabituel, celui des professionnels de haut niveau. En même temps, l'anime nous montre aussi et surtout les athlètes derrière cette discipline, tous réunis malgré leurs différentes personnalités et origines sous la bannière de ce sport. Avec ce développement inhabituel, l'anime a su conquérir l'année 2016, séduisant tant les professionnels de l'animation que les fans, catégorie au sein de laquelle on retrouve plusieurs patineurs artistiques professionnels. Ces derniers ont rendu hommage à la série à plusieurs reprises, les sportifs Kihara Ryuichi et Suzaki Miu ayant notamment choisi, pour leur programme court aux Jeux olympiques d'hiver de 2018, de patiner sur la musique éponyme de la série. D'autres athlètes ont également partagé leur amour de l'anime, notamment la patineuse russe Evgenia Medvedeva, une fan invétérée du médium qui avait déjà concouru précédemment, avec Alina Zagitova, dans des tenues inspirées des personnages de l'anime *Puella Magi Madoka Magica* (2011).

Pourtant, l'anime aurait bien pu ne pas voir le jour. Yamamoto Sayo, sa directrice et co-auteure, a en effet songé pour la première fois à raconter une telle histoire en 2010, à l'occasion des Jeux de Vancouver, mais son idée avait toujours semblé trop compliquée. Compliquée à produire et animer en raison du nombre de séquences demandées pour représenter une telle discipline, mais également en raison de son scénario, la plupart des anime sur le sport narrant les aventures de jeunes débutants, dans des clubs scolaires, sans jamais rassembler la majorité de l'audience. Finalement, la rencontre avec Kubo Mitsuru, deuxième auteure de l'anime, s'avère décisive. S'ensuivent quatre ans de préparation et de travail de terrain, pour observer le milieu sportif, les athlètes et les compétitions, recueillant au passage leurs conseils et opinions. Les créatrices de la série vont d'ailleurs visiter les pays dans lesquels ont lieu les diverses compétitions de la série pour mieux en prendre la mesure. Le résultat de ces efforts et de cette tentative audacieuse du studio Mappa, pourtant tout juste créé en 2012, de « faire ce que les autres ne font pas », est un hit inattendu.

L'anime devient en effet, à sa sortie, le plus discuté sur Twitter, et le plus vu de la saison, se maintenant, malgré la compétition, parmi les anime de sport les plus regardés sur MAL. Cette reconnaissance passe aussi par des récompenses officielles : en 2016, *Yuri!!! on ICE* est ainsi nommée aux IGN Awards, avant de remporter en 2017 le premier Anime Awards tenu par la plateforme Crunchyroll (pour les anime de 2016). Nommée dans sept catégories qu'elle remporte unanimement, la série devient alors véritablement l'anime de l'année. Dans cette lancée, elle est également nommée aux Asian Television Awards de 2017 dans la catégorie des meilleurs programmes d'animation 2D. La même année, la série remporte le prix d'animation de l'année dans la catégorie télévisée, et le prix des fans d'anime, au Tokyo Anime Award Festival. Cette consécration a d'autant plus de valeur qu'elle est décernée par les professionnels du monde de l'animation pour la première, et par un public de connaisseurs pour la seconde. La liste des récompenses continue à s'allonger en 2017 et 2018, alors que la popularité de l'œuvre se maintient, suivant les rumeurs d'un film d'animation en préparation.

Régulièrement mentionné comme l'un des meilleurs anime de la décennie, récompensé en tant que tel, et avec ses ambitions internationales qui ont de fait su parler à une large audience, il est difficile de passer à côté de *Yuri!!! on ICE*. C'est sans compter sa prise de position dans d'autres domaines. Au-delà de son contenu sportif, *Yuri!!! on ICE* s'aventure en effet du côté de la santé mentale, se plaçant comme une ode au dépassement personnel, tout en traitant ses personnages comme des

êtres humains à part entière. Leur vie ne s'arrête donc pas au monde du sport, ce que la romance homosexuelle entre un Russe et un Japonais est bien là pour souligner, tout en étant osé au regard du contexte politique entre les deux pays et des positions de la Russie vis-à-vis des sujets LGBTQ+. Pour toutes ces raisons, *Yuri!!! on ICE* nous semblait être la conclusion logique de notre analyse, la série adoptant, après *Cowboy Bebop* et son approche internationale, et *Nana* et son positionnement nipponcentré, un troisième et dernier angle : celui du regard d'un Japonais sur le monde, dans un processus de production qui se diversifie pour inclure des acteurs internationaux.

3.4.2 *Yuri!!! on ICE* dans les grandes lignes

Yuri!!! on ICE, du point de vue de sa forme, témoigne définitivement de l'évolution stylistique et technique des anime. Quant à son contenu, la série compte sur des thèmes et un processus narratif réalistes, présentant, comme *Cowboy Bebop* et *Nana* avant elle, des personnages aux capacités et prouesses de l'ordre du plausible, et non du fantaisiste. En cela, elle se différencie quelque peu de bon nombre d'anime sportifs. Si ces derniers situent généralement leur action dans un cadre réaliste et quotidien (l'école notamment), ce qui rend l'étude du genre sportif peu ambiguë pour notre sujet, leurs personnages sont quant à eux souvent des sortes de surhommes se dépassant, certes grâce à leurs efforts, au-delà des limites du possible. Ce n'est pas le cas ici, la série inscrivant résolument tant son univers que ceux qui le peuplent dans un cadre réaliste, et plus encore dans notre monde (ou un espace alternatif très similaire) tel qu'il était au moment de sa diffusion, ce que nous allons maintenant détailler.

3.4.2.1 En toile de fond

Yuri!!! on ICE possède un univers minutieusement construit, et pour cause, celui-ci est directement basé sur notre monde moderne, à quelques exceptions près, dans ce qui a représenté quatre années de travail et de recherches pour ses créateurs.

Le monde du sport de haut niveau, dans lequel évoluent les personnages, nous permet en effet de voyager, le temps des 12 épisodes de l'anime, à travers plusieurs pays et continents, hôtes des compétitions de la saison sportive qui se déroule quelque part au début des années 2010. L'anime s'ouvre ainsi sur la finale du Grand Prix de Sochi, en Russie, qui marque la cinquième victoire consécutive du patineur Victor Nikiforov, mais aussi l'échec de Katsuki Yuri, qui se place en dernière position pour sa première participation. Dès ces premières images, on ne peut que

constater la ressemblance presque parfaite entre les lieux réels et dessinés, le stade et ses alentours étant fidèlement reproduits. Yuri rentre ensuite au Japon, dans sa ville natale de Hasetsu, sur l'île de Kyûshû, un endroit fictif, mais néanmoins inspiré de plusieurs villes japonaises, dont celle de Karatsu. Du Japon, on voit également le stade Yoyogi de Tokyo. Puis, à la suite de plusieurs épisodes sur l'Archipel, et après que Yuri se soit démarqué pendant la coupe du Japon, commence le Grand Prix, qui envoie le jeune patineur et son entraîneur Victor en Chine puis en Russie. Finalement, c'est à Barcelone en Espagne que se conclut l'anime, lors de la finale pour laquelle Yuri parvient à se qualifier une deuxième fois.

De ces pays qu'on découvre à travers les yeux des athlètes, on voit surtout les hôtels et les stades de compétition. L'anime met toutefois en valeur le Japon, terre d'origine de Yuri, où se déroule l'action des premiers épisodes, nous présentant, au travers de l'entraînement des personnages, la ville de Hasetsu, son château, sa plage, ses temples, mais aussi le onsen que tient la famille de Yuri. L'ensemble est à la fois réaliste et charmant, Yuri rentrant chez lui à la saison des cerisiers en fleurs. La Russie, pays de son entraîneur Victor, et de son « rival », Yuri (rapidement surnommé Yurio pour éviter la confusion entre les deux personnages), est également présentée en plusieurs instances : lors des jeux de Sotchi, au travers de la coupe de Russie, et par l'intermédiaire des athlètes qui s'y entraînent.

Sont encore mentionnées les villes de Saint-Petersbourg, où s'entraînent les patineurs russes, de Détroit, où Yuri a un temps été formé, et de Paris, lieu de la première rencontre, dix ans auparavant, entre Yuri et Victor, au Palais des Sports. D'autres noms seront lancés, sans que l'anime, limité par le temps, ne puisse s'y attarder, parmi lesquels Moscou en Russie et Almaty au Kazakhstan. L'épisode 10 de l'anime, qui se déroule durant la période des fêtes de fin d'années, et avant la finale du Grand Prix, fait toutefois figure d'exception, nous permettant de découvrir Barcelone. Lors d'une journée de repos, les athlètes partent en effet faire du tourisme à travers la ville, donnant à la Sagrada Familia, à la Casa Batllo Gaudi et au Parc Güell, autant de sites touristiques célèbres, l'occasion d'apparaître à l'écran, alors que Yuri et Victor font également escale au marché de Noël « Fira de Santa Lluçia » près de la cathédrale.

L'angle des compétitions sportives permet ainsi un voyage physique, gastronomique, culturel et linguistique pour les personnages. À cela s'ajoute la dimension imaginative des performances de patinage artistique, qui offrent un nouveau genre de voyage. Ces performances sont d'ailleurs

l'occasion de souligner une nouvelle fois la diversité des participants, notamment au travers d'une panoplie de musiques. L'un des patineurs, Otabek Altin, va ainsi se produire sur « Samarkand Overture »⁸⁵, un hommage à son pays d'origine, le Kazakhstan, alors qu'un autre, Phichit Chulanon, va se diriger vers « Shall we skate? » et « Terra incognita », chansons des films *The King and the Skater*⁸⁶. Guang-Hong Ji, athlète chinois, continuera sur cette base filmique, choisissant l'« Inferno » de *Shanghai Blade*⁸⁷, alors que Georgi, un participant russe, se produit notamment sur « Carabosse » de la Belle au bois dormant⁸⁸. Ces musiques sont le reflet de préférences personnelles des athlètes, mais aussi parfois un moyen d'honorer leurs origines, Phichit espérant notamment « écrire un nouveau chapitre pour la patinage en Asie du Sud-Est » en devenant son premier patineur médaillé, raison pour laquelle il incorpore également dans sa performance des éléments de costumes et danses traditionnels thaïlandais⁸⁹.

Dernière touche de réalisme à souligner, la présence et la place des réseaux sociaux, à la fois dans la vie des athlètes, mais aussi comme moyen de progression narrative. Des athlètes, tel Phichit, sont par exemple des utilisateurs convaincus d'Instagram et autres plateformes de communication, postant régulièrement pour alimenter leurs comptes. Outre que les performances sportives des personnages sont bien sûr diffusées à la télévision et sur Internet, on peut voir l'impact que les commentaires peuvent avoir sur eux, et notamment sur Yuri qui a du mal à gérer la pression qu'ils génèrent. Pourtant, c'est aussi grâce aux réseaux sociaux que l'histoire prend place. En effet, Yuri est filmé à son insu alors qu'il interprète l'un des programmes de Victor, et la vidéo, postée sur YouTube, attire l'attention de ce dernier, qui décide alors de venir à la rencontre du jeune homme pour l'entraîner. La fin de l'épisode 10 raconte aussi, par le biais de photos et vidéos issues des téléphones des athlètes, les événements qui ont suivi la défaite de Yuri au Grand Prix précédent, approfondissant par ce biais inhabituel l'origine de l'histoire et de la relation entre les personnages. Justement, il est temps de nous intéresser davantage à ces derniers.

⁸⁵ La musique est composée pour l'occasion par Matsushiba Taku.

⁸⁶ *The King and the Skater* est une comédie musicale fictive, parue en 2000 dans l'univers de la série. L'action se déroule dans un royaume qui ressemble au Siam du XIXe siècle. C'est aussi le premier film vu par Phichit, qui aura une influence durable sur lui. Celui-ci est inspiré d'un vrai roman, «The King and I », adapté ensuite en comédie musicale, le tout étant banni en Thaïlande pour ses imprécisions historiques et sa représentation comique du roi.

⁸⁷ Encore une fois une composition de Matsushiba Taku.

⁸⁸ La musique est composée à la fin du XIXe siècle par Tchaïkovski.

⁸⁹ Le patineur a d'ailleurs un nom de famille très similaire à celui du 24^e premier ministre de la Thaïlande (2006–2008), Surayut Chulanon, aujourd'hui président du Conseil privé de Thaïlande.

3.4.2.2 Les personnages

Au premier plan, on retrouve les deux Yuri et Victor. Katsuki Yuri, tout d'abord, est un patineur japonais de 23 ans qui s'inquiète d'avoir déjà épuisé ses chances dans le monde des sportifs de haut niveau. Manquant de confiance en lui, le jeune homme se sent commun et sans talent particulier pour le sport qu'il chérit pourtant. Les patineurs artistiques japonais Takahashi Daisuke, Machida Tatsuki et Hanyu Yuzuru sont les principales inspirations pour le personnage. C'est la ressemblance entre les deux derniers et Yuri qui est la plus flagrante. Comme Machida Tatsuki, Yuri termine dernier du Grand Prix, et ce au même âge, entraînant chez le patineur et son alter fictif des problèmes d'estime de soi. Les similitudes avec Hanyu Yuzuru sont quant à elle à la fois visuelles et narratives. Les deux se ressemblent déjà physiquement et dans leurs postures sur la glace, alors qu'ils concourent sur une période similaire, au début des années 2010. Ils partagent aussi une admiration des patineurs russes. Ce n'est sans doute pas par hasard que Victor, l'idole de Yuri, est partiellement basé sur Evgeni Plushenko, qu'admire Hanyu Yuzuru, une ressemblance qui se retrouve dans les manières du personnage. Mais ce n'est pas la seule inspiration pour le personnage du brillant athlète russe. Celui-ci doit en effet sa personnalité et sa coiffure à John Cameron Mitchell, selon les dires de Kubo, co-auteur de l'anime. Victor emprunte aussi à Johnny Weir, triple champion américain et fan de la série, sa couronne de fleurs, alors que sa performance de 2010 a également servi à créer le « Eros » de Yuri. L'autre personnage clé de l'intrigue est finalement Yuri Plisetsky, tantôt surnommé « la fée » ou « le tigre » de Russie tant en raison de son apparence physique et de son attitude que de son amour pour les vêtements à rayures tigrées et motifs léopards. Ce dernier a quant à lui deux inspirations principales. D'abord, et avant tout, Yuri Plisetsky est inspiré de Yulia Lipnitskaya, la plus jeune championne russe à remporter la médaille d'or lors de ses premiers Jeux olympiques⁹⁰. L'autre modèle probable pour le personnage est Misha Ge, dont les photos prises avec Hanyu Yuzuru et Denis Ten⁹¹, lors du banquet de l'après Grand Prix en 2013 ont inspiré la plus célèbre scène de l'anime, à la fin de l'épisode 10.

Viennent ensuite une variété de personnages secondaires, dont beaucoup restent plus ou moins basés sur des champions réels. Parmi eux, le Suisse, Christophe Giacometti, plus généralement

⁹⁰ Il porte pourtant le nom de Maia Plisetskaya, une danseuse connue pour être la « prima ballerina assoluta ».

⁹¹ Denis Ten est de plus l'inspiration du personnage de Otabek Altin, ami de Yuri Plisetsky. Tous les deux sont de la même origine, partagent quelques tenues identiques, et surtout, Otabek reçoit comme Denis un ours en peluche en interview, marquant définitivement la connexion entre eux.

appelé Chris, inspiré de Stéphane Lambiel, patineur artistique suisse, et le Kazakh Otabek Altin, qui a pour modèle de départ Denis Ten. Finalement, certains soulignent des points communs entre Phichit Chulanont, concourant pour faire gagner une médaille à l'Asie du Sud-Est, et Michael Christian Martinez qui, de fait, est le premier patineur artistique de cette région du monde à se qualifier aux Jeux olympiques d'hiver. Mais on croise aussi au cours de la série des champions venus d'Italie, du Canada, de Corée, des États-Unis, de la Chine, de la République tchèque... On ne peut alors que constater que l'anime offre une représentation fidèle des athlètes de la discipline, mettant en avant les nationalités les plus représentées en son sein, dans une optique des plus réalistes, et révélant au passage la domination écrasante de certains pays dans ce sport.

Finalement, l'anime incorpore encore dans son arrière-plan de plaisantes surprises. Ainsi, le commentateur des performances des patineurs n'est nul autre que Katou Taihei, une position qu'il exerce déjà le reste du temps au Japon. *Yuri!!! on ICE* permet également à Stéphane Lambiel, l'une des inspirations pour les personnages, de faire un caméo dans le dernier épisode pour commenter en français la finale. Le dévouement de la série au monde du patinage artistique ne s'arrête pas là puisque c'est Chacott, une compagnie qui confectionne des tenues pour le monde de la danse, de la gymnastique et du patinage, qui crée les costumes des personnages, lesquels ne sont pas sans rappeler certains de ceux portés par les athlètes phares de la discipline⁹². Yuri et ses pairs sont d'ailleurs d'autant plus singuliers que ce souci du détail a été reporté jusqu'à leurs patins, tous uniques et façonnés à l'image de leurs porteurs.

3.4.3 Les éléments en contexte

3.4.3.1 Le genre sportif

Yuri!!! on ICE est avant tout un anime de sport, mais il s'inscrit dans le registre d'une façon assez unique.

Le genre sportif, sous-genre du shōnen, commence à faire sa place au sein des anime à partir de 1983 et de la sortie de *Captain Tsubasa (Olive et Tom* en français), qui en devient le prototype. L'anime raconte les aventures du jeune Tsubasa, un enfant prodige du football, dans un cadre se

⁹² La tenue noire que porte Yuri pour « Eros », qu'il emprunte à Victor, rappelle définitivement celle de Johnny Weir en 2010 au Championnat des États-Unis.

voulant « réaliste », malgré des matchs et prouesses physiquement impossibles ou presque. Surtout, l'histoire tourne autour des amitiés et des rivalités développées dans ce cadre sportif, lors des entraînements et des compétitions. Cela devient ensuite la norme pour ce sous-genre du médium qui connaît ces dernières années un regain de popularité à l'international. En France, c'est un des premiers à être diffusé sur les écrans, d'abord avec *Attacker You! (Jeanne et Serge)* en français), une série sur le volleyball de 1987, puis justement avec *Captain Tsubasa* l'année suivante, rendant récurrent les thèmes du travail d'équipe, de l'amitié, de l'effort et de la passion, alors que la cadre du club scolaire devient la règle. Plusieurs décennies plus tard, on ne peut que constater que ce sont ces prémisses qui demeurent les plus populaires, des séries comme *Kuroko no Basket* (première saison en 2012), *Haikyuu!!* (première saison en 2014), ou *Free!* (première saison en 2013) ayant gagné une véritable popularité à l'international.

Bien que centrée sur l'univers sportif, *Yuri!!! on ICE* se démarque à plus d'un niveau de ses prédécesseurs. Tout d'abord, l'anime est un original, au contraire de ceux mentionnés précédemment, basés sur des manga. Il est aussi remarquablement court en comparaison des autres, qui s'étendent sur des dizaines d'épisodes, voire au travers de plusieurs saisons. Surtout, il brise la règle du milieu scolaire comme cadre d'action, choisissant plutôt de montrer les difficultés et le parcours d'athlètes accomplis et reconnus. D'ailleurs, bien que portant sur le sport, l'anime se démarque en représentant une discipline, individuelle qui plus est, jusqu'alors ignorée par le médium, et pour laquelle l'aspect artistique et performatif compte autant que celui sportif. Cette non-représentation du patinage en anime s'explique en partie par la difficulté de rendre à l'écran un tel sport, et pour cause, en moyenne, ce sont 49 animateurs clés qui ont dû travailler sur chaque épisode, ce qui représente plus du double du nombre habituel pour le format. Ce travail a ainsi permis d'individualiser les différents patineurs autant que possible, un animateur travaillant typiquement avec un personnage. L'anime a d'ailleurs poussé les choses encore plus loin en faisant appel à Miyamoto Kenji, ancien patineur et chorégraphe, pour concevoir les programmes et performances à l'écran, qui sont documentés par une quantité impressionnante de plans et d'angles (à l'image de l'esthétique shōjo).

Pour continuer du côté des spécificités de la production, la série se démarque encore par le fait qu'elle doit son existence à deux femmes, ce qui se perçoit dans le traitement des personnages féminins qui échappent à une sexualisation pourtant fréquente au sein du médium anime et du genre

sportif. La série gagne ainsi en subtilité, ce qui est également confirmé par son choix de personnages plus adultes⁹³. Cette subtilité se retrouve dans les relations entre les personnages. Moins que des rivalités exacerbées, c'est finalement le sens d'une sorte de camaraderie qui ressort des interactions des patineurs, qui s'encouragent et se poussent mutuellement à se dépasser. L'œuvre tranche donc avec les démonstrations exacerbées d'hyper masculinité que le médium, le genre, et la discipline même du patinage artistique ont pu mettre en scène (dans les années 1990 notamment).

Le focus de l'anime n'est donc pas que le sport, et une bonne partie de l'histoire tourne autour des relations humaines, de la confiance en soi, de la découverte tant introspective que des autres, en somme, d'une sorte d'apprentissage de la vie pour Yuri, ce qui s'avère être essentiel pour l'aspect artistique de sa performance. Dans cette optique, la série va particulièrement insister sur la dynamique entre Yuri et Victor, s'aventurant du côté de la romance, un point sur lequel nous allons revenir plus tard.

3.4.3.2 La décennie 2010

Comme nous venons de le souligner, *Yuri!!! on ICE* est donc un anime de sport atypique, et pourtant immensément populaire. Ce que nous voulons cependant encore clarifier, c'est sa position au sein des anime de la décennie 2010, particulièrement en ce qui touche au sujet de la représentation de l'Étranger.

Du côté des anime sportifs, il partage sur le site MAL le podium des anime les plus vus et appréciés en compagnie de *Haikyuu!!* et *Kuroko no Basket* que nous avons déjà mentionnés, suivis ensuite de *Free!*. Avec *Yuri!!! on ICE*, ces trois autres anime occupent en fait les dix premières positions du genre, si on inclut leurs autres saisons, qui leur permettent de couvrir l'entièreté de la décennie, voire de continuer sur la suivante. S'intéresser à eux devrait donc s'avérer porteur.

Avec *Haikyuu!!*, un anime sur le volleyball en club scolaire, on retrouve une nouvelle fois les traditionnels personnages des hafu blancs, qui représentent encore tous les clichés qu'on leur connaît. Alisa et son frère Lev, des enfants russo-japonais, sont ainsi grands, beaux, talentueux, possèdent des cheveux et des yeux clairs... et finissent tous les deux par faire du mannequinat.

⁹³ Seuls trois des personnages ont moins de 18 ans, Yuri Plisetsky, 15 ans, et deux autres patineurs, âgés de 17 ans. Le reste des athlètes est dans la vingtaine, et les familles et entraîneurs au-delà.

Free!, un anime sur la natation (en club scolaire), introduit quant à lui, dans ses saisons deux et trois principalement, avec un voyage en Australie, une poignée de personnages étrangers : quelques Australiens, deux Suédois et Russes. Seul Albert Volandel, grand nageur suédois aux cheveux clairs et aux yeux d'un violet fantaisiste, se démarque en tant que "rôle principal", sur les derniers épisodes de la série, alors que cette saison tombe dans le top 50 des anime de sport sur MAL, ayant perdu une grande partie de son public.

Finalement, *Kuroko no Basket* inclut bien quelques personnages étrangers. La série mentionne par exemple des athlètes existants, parmi lesquels Tiger Woods ou Shaq O'Neal (un joueur de basketball), ainsi que des scènes à l'étranger qui représentent une diversité réelle et plausible. Cependant, plusieurs fans ont pointé un déséquilibre dans les représentations de la série, les personnages noirs d'importance possédant souvent des traits de caractère typiques de stéréotypes « anti-noirs » tels que la paresse ou un penchant pour la violence, alors que les étudiants étrangers de toute sorte sont par ailleurs vus comme des atouts « formidables » dans les équipes japonaises de basketball, à l'image de surhommes. C'est ainsi qu'on rencontre Papa, l'un des antagonistes de la série, et rare personnage noir, un géant sénégalais irrespectueux du basketball japonais et des joueurs. Là où le bât blesse, c'est que Papa est perçu comme une menace, non seulement à cause de sa taille, mais de son ethnicité (plus que de sa nationalité) ce qui est flagrant dans le traitement des autres joueurs étrangers. En tant que personnage secondaire, il ne bénéficie d'ailleurs pas de plus d'espace pour gagner en profondeur. *Kuroko no Basket* aurait également une tendance à différencier les « bons » et les « mauvais » personnages par leur apparence physique, en particulier leur teint et leur coiffure. Ainsi, deux des personnages de la série, ethniquement japonais, mais à la peau plus foncée, ou à la coiffure codée comme « noire », ont une attitude de délinquants, apparemment préfigurée par leur apparence. En comparaison, les quelques personnages caucasiens, malgré des stéréotypes évidents (leurs cheveux et yeux clairs, leur taille), sont davantage représentés comme « cools ». Ainsi, les étrangers en général semblent souffrir de stéréotypes dans la série, mais la nature de ces derniers varie dépendamment de leur ethnicité, alors que l'association à une peau sombre se place définitivement comme négative (Lei 2018).

Plus généralement, les années 2010 ont été marquées par plusieurs anime. Parmi ceux-ci *Shingeki no Kyoujin* ou *L'Attaque des Titans*, dont la diffusion au format anime a commencé en 2013. Malgré son cadre fantastique d'une Europe détruite, beaucoup y voit un sous-texte fasciste,

impérialiste et antisémite. Certains fans l'interprètent comme une critique de toutes ces tendances, d'autres, une tentative insidieuse de répandre ces messages, dans un débat trop complexe pour que nous nous y attardions ici. Autre hit des dernières années, *One Punch Man*⁹⁴, qui présente plusieurs personnages étrangers à la peau noire : Air qui, en pagne et armé d'un boomerang, rappelle un autochtone australien, Heavy Kong, un homme grand, chauve et aux lèvres épaisses, et finalement Lustre Noir, au physique encore plus caricatural⁹⁵. L'anime se veut certes une caricature à bien des niveaux, mais, avec ce dernier personnage en particulier, il franchit une ligne que trop d'autres œuvres du médium continuent d'outrepasser.⁹⁶ La plupart des anime récemment populaires naviguent en fait du côté de la fantasy, et du surnaturel, les rendant de fait difficiles à analyser du point de vue de l'ethnicité. Ce qu'on peut toutefois souligner, c'est qu'aussi international que leur cadre puisse être, cette diversité est rarement traduite par des différences culturelles ou ethniques visibles. Cela signifie-t-il que les anime ont, pour une raison ou une autre, décidé de dépasser les limites de la culture et de l'ethnicité, optant pour une forme d'internationalisme qui effacerait de tels clivages au profit d'une narration plus fluide et personnelle, insistant alors moins sur qui sont les personnages, et d'où ils viennent, que ce qu'ils font et qui ils aspirent à devenir ? Bien qu'il y ait des avantages, et des limites, à de tels choix, force est de constater que ce n'est pas la logique adoptée par la plupart des œuvres où l'internationalisme a sa place. On trouve effectivement dans celles-ci un nombre, faible, mais pas inexistant, de personnages qui diffèrent de la masse, de façon audible ou visible, ce qui décidément amène à se questionner sur leurs apparitions tant quantitativement que qualitativement. Ainsi, cette sous-représentation, souvent injustifiée et maladroite, demeure la norme.

3.4.4 En bref : Une œuvre tout en nuance

Que penser alors de *Yuri!!! on ICE* ? Serait-ce que l'œuvre sort du lot, se plaçant en « exception qui confirme la règle » ? Ce pourrait bien être le cas si l'on arrête effectivement notre survol à sa sortie en 2016. Toutefois, un certain nombre de sorties plus récentes nous poussent à nuancer cette

⁹⁴ La première saison de l'anime est sortie en 2015.

⁹⁵ Les yeux du personnage sont exorbités, et tout est augmenté chez lui : la taille de ses lèvres, de son nez, de ses sourcils... ce qui lui donne une nouvelle fois l'apparence des caricatures racistes des années 1930 et 1940.

⁹⁶ À ces représentations offensives dans le médium, on peut encore ajouter des productions récentes comme *Love Lab* (2013) pour son utilisation de la *blackface* ou *The Promised Neverland* (2019) dont la représentation de Sœur Krone, un personnage noir, rappelle sans équivoque les minstrels.

déclaration. Peut-être *Yuri!!! on ICE* appartient-elle encore à une minorité, mais une minorité qui, à l'ère de la multiplication des anime, s'avère grandissante, alors que l'audience internationale gagne un poids nouveau. Peut-être donc que l'ampleur inattendue de son succès, aidé de celui d'autres œuvres tout aussi représentatives, sera capable d'orienter la lourde machinerie de l'industrie anime vers un contenu plus inclusif et respectueux, au moins dans l'espoir de retombées économiques, si ce n'est par un choix éclairé. Il est vrai cependant que les œuvres mainstream, c'est-à-dire les plus connues, diffusées et populaires, sauf exception, manquent encore souvent de nuances à l'égard de leurs représentations tant ethniques et culturelles que genrées.

3.4.4.1 Le monde à travers les yeux des personnages

Le monde de Katsuki Yuri, de Victor Nikiforov et de Yuri Plisetsky, lui, est nuancé. Au background riche que nous avons déjà décrit, on peut encore ajouter d'autres éléments, et notamment les aspects culinaires et linguistiques de la série, qui participent à créer un monde à l'image du nôtre. La dynamique entre les deux, voire trois, personnages principaux permet ainsi, à l'arrière-plan de l'histoire, un contact et une découverte interculturels. Elle inscrit de fait leurs différences, tant culturelles que personnelles, qui sont plusieurs fois l'objet de discussions. Victor est ainsi fasciné par le château de Hasetu qui aurait abrité des ninjas, alors que Yuri apprend au détour de conversations les traditions russes liées aux anniversaires ou aux fêtes de fin d'années. Les personnages se lient aussi au travers de la nourriture, et particulièrement des plats favoris des deux Yuri, le katsudon et les piroshkis, que le grand-père de Yurio combine quelques épisodes plus tard pour faire plaisir à son petit-fils. Plus largement, ils sont vus à plusieurs reprises en train de manger des plats typiques des endroits où ils se trouvent, alors que les coupures de mi-épisode présentent chacune un plat ou une boisson desdits pays, certainement dans une tentative de réinscrire l'anime dans un contexte international jusque dans ses détails, ce que le genre aurait pu rendre difficile.

Et qui dit compétition sportive internationale dit aussi multilinguisme, ce que la série prend admirablement en compte. Elle établit ainsi dès le début que la langue de communication entre Victor et Yuri est l'anglais. Victor parle dans la version originale japonaise à plusieurs reprises dans cette langue, de même que Yuri, une partie de leurs échanges se déroulant alors avec l'un des deux parlant un « parfait japonais » qu'on comprend être de l'anglais, et l'autre répondant dans un

anglais marqué par leurs accents respectifs⁹⁷, afin d'établir cette dynamique. La chose n'est pas surprenante puisque le monde de la compétition est international, ce qui a notamment permis à Yuri de s'entraîner à Détroit, où il a pu peaufiner sa maîtrise de la langue internationale. La série en profite également pour introduire quelques éléments des langues natales de ses athlètes et de leurs entraîneurs : on entendra ainsi du russe, de l'italien, du thaï, de l'espagnol et du français prononcés à plusieurs reprises, les personnages tentant de retenir des langues de leurs amis et rivaux quelques mots utiles de salutations, remerciements et encouragements. Il est également amusant de noter le maniérisme linguistique de certains personnages. Celestino, l'ancien coach de Yuri, répète ainsi régulièrement « ciao, ciao », marqué par son bagage linguistique, ce qui devient éventuellement son surnom. L'avantage qu'a la série à ce niveau cependant, c'est qu'elle n'introduit généralement pas qu'un seul personnage d'une nationalité donnée, ce qui lui permet de ne pas essentialiser les traits d'une personne à ceux d'une nation. Les frères et sœurs Crispino, Michele et Sara, sont ainsi présents pour équilibrer l'image d'italien bruyant et gesticulateur de Celestino. Dernier élément linguistique intéressant, à l'image des vraies compétitions sportives, la série propose aussi un doublage quasi synchrone de celles-ci. Par tous ces détails, qu'on pourrait facilement manquer, *Yuri!!! on ICE* apporte donc une touche de réalisme réussi au genre, et au médium, introduisant des personnages crédibles dans un univers qui l'est tout autant⁹⁸.

Ainsi, Yuri n'est pas le plus extraverti des personnages, mais la dynamique de ses relations aux autres rend clair que ce n'est pas seulement une question de nationalité, mais de personnalité, et de qui l'entoure. Phichit est peut-être obsédé par Instagram, à l'image de beaucoup de Thaïlandais⁹⁹, mais il n'est pas que cela. Chris, quant à lui, est certainement le personnage le plus expressif de la série, ce qui n'a rien à voir avec les clichés associés à la nationalité suisse. L'anime réussit ainsi, par des moyens simples, son pari d'une représentation juste et attachante, sans qu'elle stéréotype les personnages étrangers comme cela arrive encore trop souvent. En parlant de stéréotypes, son angle d'approche des personnages russes est décidément notable.

⁹⁷ La touche est appréciable, d'autant plus qu'il est encore fréquent que le doublage des étrangers, en japonais ou dans d'autres langues, soit maladroit et ne sonne pas du tout authentique.

⁹⁸ Il est d'ailleurs rafraîchissant d'entendre dans l'anime plusieurs commentaires curieux sur Victor et son statut d'étranger, ce qui fonctionne bien mieux que de simplement l'ignorer, un choix que font beaucoup d'anime, à l'encontre du réel.

⁹⁹ La Thaïlande est en effet l'un des pays à passer le plus de temps sur téléphone cellulaire, alors que Bangkok est la première ville en termes de comptes actifs sur les réseaux sociaux.

3.4.4.2 La fin des stéréotypes sur les Russes ?

Il faut dire que, dans la culture populaire, la nationalité russe a souvent été associée aux grands méchants de films à l'accent à couper au couteau, aux ballerines et aux espions, quand les personnages ne correspondent pas simultanément à plusieurs de ces caractéristiques. Les stéréotypes hollywoodiens, dont l'influence imprègne les autres cultures, ont ainsi souvent fait des Russes les « méchants », déjà avant la guerre froide quand la Russie apparaissait comme une menace possible, et plus encore depuis. Parmi les franchises à succès d'Hollywood, être russe rime donc souvent avec une infamie certaine. Et ce ne sont pas *GoldenEye* (1995)¹⁰⁰, *Indiana Jones et le Royaume du crâne de cristal* (2008), *Iron Man 2* (2010), *Les Avengers* (2012) ou *Die Hard* (2013) qui diront le contraire. De ce côté-là, Hollywood aurait à apprendre des anime japonais. En effet, passées les images clichées de la période de l'URSS qui ont pu peupler les anime des années 1990 et du début des années 2000, les représentations des habitants de la Russie se sont diversifiées pour ne plus seulement être constituées de cette image d'un peuple froid et en retrait.

C'est à *Yuri!!! on ICE* notamment qu'on doit cette déconstruction des clichés, qui a l'air de se poursuivre depuis. Certes, l'anime mentionne le bortsch et la vodka, mais la faute, qu'il ne commet pas, serait de s'arrêter là dans ses représentations. Au lieu de quoi, il va largement s'étendre sur les vies de Victor et Yurio, leur environnement, leurs camarades et entraîneurs, tous étant des individus à part entière. Si Lilia Baranovskaya est effectivement une ancienne danseuse de ballet, « prima ballerina » du Bolchoï, entraînant rigoureusement Yurio, ce n'est qu'une facette de sa personnalité. Avec son strict chignon de cheveux noirs et ses pommettes ciselées, Lilia a une apparence tranchante et froide, ce qui ne l'empêche pas d'être capable de chaleur humaine et de pleurer de fierté à la performance de son élève. D'ailleurs, le Yuri japonais s'entraîne lui-même avec une danseuse de ballet, ce qui est commun dans le domaine du patinage, annulant ainsi la possible association stéréotypée entre cette carrière et une nationalité donnée. Autre personnage russe, Yakov Feltsman, coach des patineurs Yuri Plisetksy, Georgi Popovich et Mila Babicheva, ainsi que de Victor avant que celui-ci ne devienne entraîneur à son tour. Yakov est également l'ex-mari de Lilia, bien qu'ils n'entretiennent maintenant plus qu'une relation professionnelle. D'origine juive, l'homme a un fort tempérament et des attentes élevées, ce qui ne l'empêche pas de se laisser aller à de vraies démonstrations de joie quand ses élèves s'illustrent. Il serait basé sur Alexei

¹⁰⁰ L'un des films de la série James Bond.

Mishin, qui a notamment entraîné Evgeni Plushenko, que nous avons déjà mentionné plus haut comme inspiration pour le personnage de Victor. Bien sûr, il y a encore Yuri Plisetsky, jeune adolescent blond aux yeux verts, passionné par le patinage, où il excelle. Yuri, ou Yurio, a un tempérament de feu et une énergie toute juvénile, présente dans tous les aspects de sa vie. Georgi, de son côté, est un jeune homme étrange, très sérieux vis-à-vis des compétitions, et de ce qui a trait à sa vie personnelle d'ailleurs, mais d'une façon telle qu'il en deviendrait comique. De tous les patineurs, il est celui le plus investi dans l'aspect artistique de la discipline, mettant beaucoup d'émotions dans ses programmes alors que ses tenues et son maquillage sont tout aussi inoubliables. Vient ensuite Mila, une jeune femme aux cheveux auburn. Peu présente dans la série, on la voit malgré tout s'entraîner avec ses camarades avec lesquels elle aime plaisanter. Il nous reste à mentionner Victor, le prodigieux patineur et entraîneur de Yuri. Le jeune homme, qui est aussi le plus âgé des patineurs (il a 27 ans au début de la série, ce qui est déjà considéré comme un âge avancé dans le domaine), entretenait une apparence androgyne jusqu'à couper ses cheveux. Charismatique, sûr de lui, enjoué et charmeur, il sait ce qu'il veut, et comment l'obtenir à ses propres conditions, au grand dam de Yakov et de certains de ses admirateurs et rivaux. Avec le reste de ce casting, à l'apparence et aux personnalités si distinctes, Victor met ainsi fin aux représentations limitées de ses compatriotes, tous humains à leur façon.

Malgré son format limité, et la quantité de personnages à considérer, *Yuri!!! on ICE* parvient donc à dresser un portrait beaucoup plus authentique de ses personnages russes, et des autres d'ailleurs, que nombre de fictions précédentes.

3.4.4.3 Une diversité honnête

Après tout, la série, qui porte moins sur comment réussir que comment ne pas abandonner, tente de faire ce que Watanabe Shinichirô avait commencé 20 ans plus tôt : créer un monde où les personnages peuvent « vivre et respirer », un monde plausible, et riche d'une diversité qui touche à tous les sujets. En effet, loin de s'arrêter à la représentation ethnique et culturelle, *Yuri!!! on ICE* est une série qui touche aux questions de santé mentale, et surtout à celles de genre et sexualité, ce que la relation entre Yuri et Victor dévoile plus ou moins subtilement à travers une romance mature. La série aborde aussi indirectement la réputation qu'a le patinage artistique, au milieu des autres

sports, d'avoir beaucoup plus d'athlètes queers que les autres disciplines¹⁰¹. Ce faisant, elle offre un éventail de représentations et de personnalités qui s'affranchissent des clichés et se placent sur la scène politique comme des modèles bienvenus. Si une partie de l'audience a considéré la série comme du « queerbaiting », c'est bien qu'elle en a manqué l'essence : après tout, *Yuri!!! on ICE* est un anime de sport, pas un yaoi, et pas un shōnen-ai non plus¹⁰². Le sujet de l'anime n'est donc pas le fait d'être queer... celui-ci raconte simplement l'histoire de personnages qui le sont, et qui peuvent se permettre à leur âge (ils sont pour la plupart adultes) et dans leur contexte (au XXI^e siècle, dans un domaine international, particulièrement le patinage, et peut-être dans un monde plus tolérant) de traiter cette information comme le reste, c'est-à-dire en tant que l'un des aspects de leur vie, au même titre qu'être Russe, Italien ou Japonais.

La série se place ainsi comme une figure emblématique de ce que doit être une représentation adéquate des personnages (internationaux tout du moins). Inutile de tout épeler et expliciter, ou de rendre centrales les questions d'ethnicité, de genre ou autres : un bon personnage ne s'arrête pas à ça quand les thèmes d'une œuvre ne s'y prêtent pas. En revanche, évacuer de tels individus au profit des mêmes stéréotypes, répétés encore et encore, et d'une disparition complète de la diversité, troquée contre un modèle dominant qui tente malgré tout d'en user maladroitement... est une erreur dont il faut apprendre.

¹⁰¹ La plupart des personnages de la série sont de fait queer, à l'exception d'au moins Jean-Jacques Leroy, un patineur canadien pour le moins arrogant.

¹⁰² Le yaoi est un genre tourné autour du thème des relations entre hommes, de même que le shōnen-ai, qui porte plus spécifiquement sur la romance (non-sexuelle) entre les personnages.

3.5 Conclusion

3.5.1 Les grandes tendances de l'analyse

Quelles sont donc les grandes tendances que nous avons repérées à travers notre analyse ? Nous les divisons en trois catégories, la représentation non-humaine de l'étranger, le rapport au phénotype, et la question de la non-représentation.

Penchons-nous d'abord sur la représentation de l'étranger en tant qu'un ensemble de lieux, coutumes et produits, à l'arrière-plan de la structure narrative¹⁰³. Cet étranger, nous l'avons vu abordé de deux façons. D'un point de vue international, l'approche de *Cowboy Bebop* et *Yuri!!! on ICE* souligne la multiplicité des cultures, leur hybridation, mais aussi la préservation d'éléments distincts et caractéristiques de chacune. Puis, d'un point de vue nippon, *Nana*, comme souvent dans le médium, et plus encore avec le genre shôjo, fait coïncider étranger, langue anglaise, et culture européenne. L'anime ne s'attarde effectivement que sur des éléments glamours, raffinés et stéréotypés de cette dernière, alors que la très rare mention du non-occidental, particulièrement des pays du Sud, embrasse régulièrement des références au primitivisme. Cela n'est pas sans rappeler la hiérarchisation des cultures et ethnicités, selon les discours du *nihonjinron*, que nous mentionnions dans notre premier chapitre.

La deuxième catégorie est celle du rapport à la couleur. Si les standards esthétiques japonais ont insisté depuis des siècles sur la supériorité des peaux blanches, sur le modèle de beauté de leur voisin chinois (et non occidental comme on pourrait le croire), les peaux noires ont conséquemment été associées à un statut inférieur, au labeur, voire à la saleté et à la sauvagerie. Cette relation entre la couleur de peau et le degré de civilisation, on peut l'observer de plusieurs façons au travers de nos trois anime. *Cowboy Bebop* tente de passer outre celle-ci. En effet, l'anime représente des personnages de tous phénotypes, sans les associer à une strate socio-économique ou une autre. La série va même plus loin en ignorant virtuellement les différences de couleurs entre ses personnages. Outre, la mention du terme négroïde dans son deuxième épisode, qui n'apparaît que pour un seul des criminels recherchés, Abdul Hakim, la question d'une appartenance ethnique ou du phénotype

¹⁰³ Cette présence n'est que rarement synonyme d'interactivité dans les anime, servant davantage à agrémenter leur narration qu'à l'orienter, le focus étant sur les personnages.

des personnages disparaît ensuite¹⁰⁴, un choix qui nous a semblé particulier, la couleur de peau semblant définitivement être un marqueur utile considérant la ligne de travail des personnages. Ce choix d'ignorer une différence pourtant apparente, dans des contextes où il serait utile de la mentionner, on le retrouve dans beaucoup d'œuvres de science-fiction, lequel genre est assez timide sur le sujet. Il est dommage que la série se rétracte après avoir soulevé la mention de distinctions ethniques, mais cela est peut-être révélateur de tensions inhérentes à sa production, alors qu'elle était déjà sous le feu des projecteurs pour ses allusions au sexe et à la violence.

C'est surtout *Nana* qui nous éclaire sur la vision japonaise des différences phénotypiques. D'un côté, la série ignore des personnages visiblement métissés tels Junko et Kyosuke. De l'autre, elle n'a aucun mal à commenter sur le bronzage « indécent » d'une jeune japonaise, son style ganguro lui valant fréquemment des commentaires désobligeants lui demandant de rentrer « dans la jungle »¹⁰⁵. L'admiration des peaux blanches est elle aussi mentionnée à plusieurs reprises, systématiquement associée à la beauté : la remarque est faite d'Osaki Nana, de Shin, et de Reira évidemment. Ces trois personnages témoignent également de différentes formes de marginalité au sein de la société japonaise : Nana est atypique, et souvent rejetée, en ne se conformant pas à ses attentes pour les jeunes femmes, Shin est infantilisé et mis à part en raison de son « écart » culturel, et l'individualité et le talent de Reira sont menacés par ses propres origines...

Yuri!!! on ICE, finalement, semble maîtriser cette forme de représentation. Si l'on peut regretter l'absence de personnages noirs dans la série, Phichit, un patineur thaïlandais, étant son personnage au phénotype le plus foncé, il faut aussi admettre que le monde du patinage a peu d'athlètes et d'entraîneurs noirs. L'anime, avec son court format, préfère alors insister sur les tendances dominantes de la discipline. En même temps, la série a osé franchir certaines barrières, traitant de sujets souvent ignorés jusque-là par le médium, en particulier en ce qui a trait aux questions de genre et sexualité¹⁰⁶... On peut regretter alors qu'elle n'ait pas choisi de se positionner également

¹⁰⁴ Une exception est faite pour le personnage de Faye qui, en suivant probablement les standards de beauté de sa jeunesse, cherche à préserver sa peau blanche et éviter de bronzer.

¹⁰⁵ Notons bien ici que ce n'est pas l'œuvre en tant que telle qui est à l'origine de ces remarques. Elle se contente de relever des commentaires de l'époque, les gyaru, et plus encore les ganguro, étant fréquemment associées à des animaux et des sauvages.

¹⁰⁶ Si le contenu de l'anime n'est pas explicite, à l'opposé, celui-ci n'est pas non plus exactement subtil. Il nous semble en effet que ces représentations sont largement mises en évidence et beaucoup plus ouvertement que dans la majorité des œuvres en circulation. Cette prise de position est d'autant plus intéressante que l'anime, en raison du genre sportif, est diffusé durant la journée, à une époque où le Japon ne reconnaît pas encore le mariage

vis-à-vis du privilège blanc qui caractérise la discipline du patinage, tout en comprenant qu'en 12 épisodes, il y a une limite à ce que l'histoire de Yuri et Victor peut englober.

Troisième et dernière catégorie, celle des grands absents, les oubliés de nos anime, qui s'avèrent aussi être les oubliés des discours historiques et étatiques japonais. Cette non-représentation, on peut la « justifier » de nombreuses façons. Effectivement, comment représenter des minorités invisibles tels les indigènes (Ainu, Okinawaïens), les burakumin¹⁰⁷, les Zainichi, les hafu asiatiques... et comment eux voudraient-ils d'ailleurs l'être ? *Cowboy Bebop* introduit bien des autochtones d'Amérique, *Nana*, des hafu caucasiens et noirs, *Yuri!!! on ICE*, un panel d'étranger, et même l'île de Kyūshū, ce qui n'est pas si fréquent, mais pas de traces des catégories mentionnées, qui sont tout aussi oubliées des autres anime¹⁰⁸. Plus encore, le médium situe typiquement ses histoires, lorsqu'elles sont réalistes, dans le Japon contemporain ou historique, s'aventurant rarement hors de ses limites, ou alors généralement au profit de « valeurs sûres » tels les États-Unis, la France, l'Angleterre ou l'Allemagne (du moins tels qu'ils sont perçus au Japon). De la sorte, ce ne sont pas que les hafu asiatiques qui se font rares, mais la plupart des populations originaires de la région, sans oublier non plus la communauté Nikkeijin.

3.5.2 Les théories de l'internationalisation animesque

Face à ses considérations visuelles, reprenons donc maintenant les théories de Lu (2008) et Lei (2018), brièvement mentionnées dans le chapitre précédent. C'est en s'appuyant sur les deux auteures qu'on pourrait peut-être juger d'une évolution des anime, déjà en comparaison des œuvres d'avant les années 1990, mais aussi sur les décennies que nous avons spécifiquement étudiées.

homosexuel. Il faut attendre 2021 pour qu'un tribunal japonais statue de l'« anti constitutionnalité » de la *non-reconnaissance* de celui-ci.

¹⁰⁷ On peut techniquement supposer que, suivant les statistiques actuelles, les yakuza de *Cowboy Bebop* soit les descendants de populations burakumin, mais bien sûr rien n'est explicitement indiqué dans les anime, le sujet étant relativement tabou au Japon.

¹⁰⁸ On retrouve quelques rares Ainu dans *Shaman King* (2001-2002), *Samurai Champloo* (2004-2005) et *Golden Kamuy* (2018), cette dernière série étant vivement discutée concernant ses choix de représentations. Okinawa et ses habitants apparaissent quant à eux entre autres dans *Samurai Champloo* (2004-2005), *Blood+* (2005-2006), *Stitch!* (2008) ou encore *Yume-iro Pâtisserie* (2009-2010), beaucoup d'œuvres consacrant traditionnellement un épisode à un voyage scolaire ou un événement d'été, qui sont alors propices à sa mention et sa représentation (superficielle). De la sorte, les séries en circulation tendent encore à renforcer le modèle dominant d'un Japon « mono-ethnique » tel que longtemps envisagé et défendu par les élites.

La première auteure voit trois moyens d'expliquer l'esthétique des anime : d'abord, le choix d'une internationalisation apolitique pour attirer l'audience étrangère sans rebuter celle japonaise, effaçant généralement la différence derrière une uniformisation largement occidentale et des thèmes universaux. Il est intéressant de constater que de nos trois œuvres, ce sont sans doute *Cowboy Bebop* et *Yuri!!! on ICE* qui tendent le plus vers cela, bien que le degré de leurs représentations ethniques et culturelles, et la présence fréquente d'éléments non hégémoniques et issus de minorités, les rendent beaucoup moins superficielles que la majorité des anime s'y inscrivant. L'analogie est donc loin d'être parfaite, mais fonctionne néanmoins avec certaines des œuvres les plus populaires, à commencer par la franchise *Pokémon*.

Lu décrit ensuite l'esthétique des anime comme une potentielle « internationalisation occidentalisée », à l'inverse de l'orientalisme, ce qui a malgré tout le même potentiel de distorsion de l'Autre. Le but est ici de mettre en valeur les Asiatiques, et particulièrement les Japonais, en contraste avec les Occidentaux, tant physiquement que moralement, afin que les premiers triomphent éventuellement des seconds. Le phénomène était particulièrement visible avant le tournant des années 1990, pour des anime exclusivement pensés pour l'audience japonaise, mais il n'a pas complètement disparu aujourd'hui. On peut notamment l'identifier dans *Kuroko no Basket*, ainsi que dans la représentation caricaturale de beaucoup de personnages de shôjo en particulier, et même *Nana* n'y échappe pas toujours. La tendance est à la baisse cependant, les anime s'exportant de plus en plus.

Finalement, Lu mentionne une « internationalisation auto-orientalisée » qui insiste quant à elle sur le particularisme japonais. Le pays se sépare ainsi tant de l'Occident que du reste de l'Orient, affirmant dans le processus sa supériorité sur ce dernier et son potentiel d'égal des cultures occidentales. Cette dernière possibilité, elle existe notamment au travers de représentations caricaturales de l'Asie, en particulier des populations chinoises. À ce sujet, on peut se demander si *Cowboy Bebop* y échappe ou non. En effet, malgré l'ouverture de la série, on ne peut s'empêcher de constater que de l'Asie, les éléments que l'on retient comme exotiques ne sont jamais ceux japonais, qui sont au contraire devenus des produits de consommation majeure. Laissons toutefois le bénéfice du doute à l'œuvre qui établit en parallèle la culture chinoise comme hégémonique. Le phénomène est repérable avec beaucoup plus de certitudes au travers d'autres anime parmi lesquels

R.O.D. the TV (2003–2004)¹⁰⁹ ou, encore une fois, *Kuroko no Basket*, qui prennent d'ailleurs le parti de marquer physiquement la différence entre les personnages asiatiques (chinois) et japonais. Les premiers ont ainsi les yeux bridés, les cheveux sombres, voire des vêtements traditionnels, ce qui contraste nettement avec la représentation des personnages japonais, caractérisée par une esthétique internationale aux grands yeux et aux cheveux clairs, parfois dans des couleurs fantaisistes.

Lei (2019) propose quant à elle quatre modèles communs de représentation ethnique, qu'elle applique aux personnages noirs, mais que nous pensons pouvoir élargir à l'ensemble de notre sujet. Selon sa théorie, les personnages peuvent être visuellement rattachés à d'autres ethnies et cultures, c'est le premier modèle, et un qu'on retrouve fréquemment dans les anime, à commencer par *Cowboy Bebop* et *Yuri!!! on ICE*.

Les personnages peuvent aussi se réinscrire par leurs actions ou déclarations dans d'autres cultures. Ce deuxième modèle est souvent l'occasion de stéréotypes, de rajouter des interjections en langues étrangères, ou de faire parler un « mauvais » japonais aux personnages étrangers, un peu à la manière du caricatural Andy de *Cowboy Bebop*. À ce sujet, il est intéressant de constater qu'une analyse linguistique de l'expression des personnages dans le médium dévoile que cette caricature est d'autant plus exagérée que le personnage est caucasien, en particulier américain, et à l'inverse absente pour des personnages physiquement semblables à ceux japonais (Ito et Bisila 2020). Cette représentation traduit alors une nouvelle fois l'idée que le Japonais est une langue difficile, que les non-natifs, ou ceux qui ont quitté le territoire trop longtemps, ne peuvent maîtriser complètement (comme c'est le cas de Shin dans *Nana*).

Lei envisage dans un troisième temps que les personnages noirs soient les antagonistes systématiques de l'histoire, ou ceux avec des motivations ultérieures. Il s'agit d'un phénomène que nous avons observé dans *Kuroko no Basket* et qui était prévalent dans les anime plus anciens, qui avaient l'habitude de donner aux « mauvais » personnages un phénotype plus sombre. La tendance a cependant pris un nouveau tour depuis les années 2000, et statistiquement, les personnages noirs, ou à la peau foncée (ce qui peut inclure notamment les populations d'Asie de l'Est ou d'Amérique du Sud, rarement représentées), ne sont plus aussi susceptibles d'être associés à une représentation

¹⁰⁹ (Lu 2008 : 180)

négative. Il serait toutefois intéressant d'analyser leur propension à posséder des traits de caractère « indésirables » en comparaison d'autres personnages marqués comme différents, en particulier les Caucasiens qui sont les plus repérables « positivement » stéréotypés.

Dernier modèle : Lei décrit l'absence complète de personnages typés, dans des univers où ils auraient pourtant leur place. Plus encore, elle met en avant la possibilité d'une diversité ethnique confirmée par des personnages à l'air caucasien ou asiatique, mais qui exclurait les personnages à la peau foncée. Le phénomène est récurrent dans le genre shôjo, ce qu'illustre *Nana* et la tentative de l'anime et des films de blanchir Junko et Kyosuke. Une rapide recherche dans la base de données d'*Anime-Planet* nous permet également de constater que, parmi les personnages considérés comme principaux dans les anime, seuls 412, sur un total de 51 941, qu'ils soient étrangers ou non, ont la peau sombre, soit moins de 1% des personnages¹¹⁰. En considérant les rôles secondaires maintenant, le chiffre monte à 2%, avant de se placer à 1,6% seulement chez les rôles mineurs. Certes, beaucoup d'anime se situent dans le Japon contemporain ou historique, ou encore dans des endroits aux allures d'Europe médiévale fantaisiste, mais même en en tenant compte, force est de constater que le phénotype est encore largement sous-représenté.

3.5.3 30 ans d'anime

Que conclure alors de notre survol de ces trois décennies de changements et d'anime ? Que révèle le médium du positionnement identitaire japonais et de l'acceptation de la diversité au sein de la nation ?

Au travers de notre analyse des trois œuvres précédentes, et de leur remise en contexte, nous avons pu identifier différentes tendances. D'abord, avec *Cowboy Bebop*, et de façon prématurée, on assiste à la création d'un anime, par une équipe japonaise, pour une audience tant locale qu'internationale. Puis, avec *Nana*, on retrouve le schéma classique d'une volonté de production et de diffusion locales. Finalement, *Yuri!!! on ICE*, tout en se rapprochant du cheminement de *Cowboy Bebop*, se démarque en intégrant à son processus de production des éléments internationaux pour bâtir sa narration.

¹¹⁰ Qui plus est, ce 1% est récent puisque les personnages montrés proviennent en grande majorité d'œuvres du XXI^e siècle.

Ces différents objectifs et méthodes de production se retrouvent dans le contenu des trois anime. *Cowboy Bebop* fait ainsi preuve d'une diversité remarquable et avant-gardiste en cherchant à s'adresser à la plus large audience possible. *Nana*, aux intentions clairement nationales, fait des choix beaucoup plus classiques et adopte en bon shôjo les clichés récurrents vis-à-vis des hafus caucasiens, concevant la diversité au travers d'une étroite lentille japonaise. *Yuri!!! on ICE*, finalement, est notre anime le plus récent et en tant que tel possiblement le plus représentatif des dernières inclinaisons du médium. Il se trouve que sa représentation tant ethnique que culturelle fonctionne, tout en étant relativement apolitique, alors que celle genrée et sexuelle, plutôt que de rattraper les tendances réelles, est précurseur de celles-ci, tout du moins dans le contexte japonais, à rebours des choix habituels du médium.

En ce sens, peut-être y a-t-il effectivement une évolution tant de la production du médium que de ses représentations, allant vers plus d'inclusivité et de représentativité. Ces trois anime ne permettent bien sûr pas à eux seuls de tirer de conclusions solides sur l'évolution globale de l'ensemble et de ses représentations de l'Étranger, ce pour quoi nous avons tenté de les remettre en contexte, au sein de leurs genres et décennies respectifs. En effet, *Cowboy Bebop* ne peut pas être considérée comme la « norme » des séries des années 1990, malgré son succès immense. Nous avons mentionné que sur la même période, d'autres œuvres, y compris du genre science-fiction, devaient quant à elles faire des compromis dans leurs représentations. Ainsi, Nadia, héroïne de *Nadia, le secret de l'eau bleue*, ne pouvait pas être à la fois de sexe féminin et manifestement noire, alors que même les personnages secondaires du genre de science-fiction montraient rarement une diversité qui aurait pourtant été vraisemblable¹¹¹. Pourtant, ledit genre, des trois que nous avons abordés, devrait être le plus affirmé dans sa représentation de l'Étranger, et plus largement de la différence, parce qu'il est le plus éloigné du réel et a donc le plus d'amplitude dans ses choix narratifs pour justifier de son univers fictif.

La représentation des genres shôjo et sportifs, elle, vient avec d'autres enjeux, ceux-ci utilisant souvent comme matériel de départ le réel. Cette prétention du réel pourtant est souvent accompagnée de clichés et stéréotypes en lieux de vrais personnages. Quand il est question

¹¹¹ Whaley (2015) souligne d'ailleurs la sexualisation de l'adolescente, faisant écho à l'étude de Ito et Bisila (2020) qui pointe à une sous-représentation immense des femmes étrangères dans le médium, qui comptent pour seulement 20% du total des personnages étrangers, alors qu'elles sont fréquemment visuellement sexualisées, y compris dans des programmes pour enfants.

d'étrangers, le personnage de l'hafu blanc se place ainsi systématiquement en valeur sûre pour justifier d'une tentative de représentativité, alors que plus d'un élément des discours du *nihonjinron* paraît. Ainsi, de nombreuses inclusions ethniques font encore office de marqueurs d'une diversité de façade au travers de ces genres, et du médium. Pourtant, nous pensons y voir une évolution, certes lente et subtile, rattrapant tardivement les tendances démographiques contemporaines et l'internationalisation croissante que connaît le Japon. *Cowboy Bebop* en aurait alors constitué le premier sursaut.

Déjà dans les années 2000, il nous faut mentionner des œuvres telles *Samurai Champloo* (2004-2005), *Black Lagoon* (2006) *Michiko to Hatchin* (2008-2009) ou encore *Afro Samurai* (2007), qui se démarquent toutes par une nouvelle approche, plus inclusive, de la diversité. C'est sans surprise pour la première œuvre, réalisée par Watanabe Shinichirô, qui confirme sa volonté de diversifier le monde de l'anime et de donner aux personnages et à leur monde un caractère pluridimensionnel dont l'absence a souvent été regrettée, y compris par les professionnels de l'animation, à commencer par Miyazaki. *Black Lagoon* et *Michiko to Hatchin*¹¹² sont également notables à leur façon. Les deux anime sont régulièrement cités parmi ceux au casting les plus divers, qui inclut enfin l'Amérique latine et l'Asie du Sud-Est, alors que le second peut enfin se permettre la représentation intersectionnelle de femmes de couleur¹¹³. *Afro Samurai*, enfin, est un ovni d'un nouveau genre, la série ayant été pensée, pour la première fois, en termes d'audiences étrangères, et non pas japonaises. En effet, l'œuvre est une collaboration entre un mangaka, Okazaki Takashi, le studio d'animation Gonzo, et l'acteur Samuel L. Jackson, voix officielle du personnage principal, le tout sur la musique hip-hop du rappeur RZA. Pour l'occasion, *Afro Samurai* est produite en anglais et sous-titrée en japonais ensuite, une approche qui tranche avec les pratiques courantes. On peut ainsi constater que le coup d'essai que constituait *Cowboy Bebop* se traduit dans les années suivantes par des initiatives de plus en plus audacieuses, quoiqu'en marge des productions les plus populaires¹¹⁴.

¹¹² Notons d'ailleurs que *Michiko to Hatchin* est réalisé par Yamamoto Sayo, à qui l'on doit *Yuri!!! on ICE*, alors que la musique est produite par nul autre que Watanabe Shinichirô.

¹¹³ La question de l'hypersexualisation se pose encore cependant.

¹¹⁴ Soulignons encore une fois l'importance du rôle de Watanabe Shinichirô dans le processus, impliqué dans deux des quatre œuvres que nous citons.

La dernière décennie, et le début de l'actuelle, confirment et amplifient ce projet d'inclusivité, encouragé par de nouveaux acteurs, tels Netflix, qui commencent à réaliser leurs propres séries. Sous cette licence, on peut citer notamment *Carole et Tuesday* (2019), nouvelle œuvre de Watanabe Shinichirô, mais aussi *Great Pretender* (2020). Les deux anime rassemblent d'ailleurs une audience plus large que jamais, inscrivant alors la diversité ethnique et culturelle, et sa représentation adéquate¹¹⁵, dans le flux dominant de la culture populaire. Il est certain qu'ils doivent beaucoup à *Yuri!!! on ICE*. N'oublions pas en effet que l'ampleur du succès de cette dernière œuvre était inattendue, alors qu'elle remplaçait les stéréotypes faciles et habituels au profit d'une diversité plausible et enrichissante. De la sorte, elle avait su toucher tant à l'audience japonaise qu'étrangère. Nul doute alors qu'elle a ouvert la voie à une nouvelle façon de penser le médium, au moins dans la perspective de retombées économiques, si ce n'est par conviction des acteurs impliqués. Considérons enfin que le succès explosif de l'anime ces dernières années a changé le milieu de production même. Les studios nippons commencent effectivement à employer des travailleurs étrangers sur place, qui amènent leur propre background culturel au processus, ce qui internationalise d'autant plus le médium.

¹¹⁵ *Great Pretender* base notamment son intrigue sur un casting international qui nous projette de fait au Japon, en Angleterre, aux États-Unis, en France, à Singapour... autant d'endroits qui sont représentés dans toute leur diversité, alors que des doubleurs étrangers sont employés, même dans la version japonaise, pour des séquences de dialogue en français, anglais, chinois...

Conclusion

Au cours de nos trois chapitres, nous avons pu observer les enjeux liés à la création et au maintien de l'identité japonaise, et ce sur trois niveaux : un premier qu'on pourrait considérer comme « factuel » ou « statistique », un deuxième, à seulement un pas de la réalité, dans les discours, la littérature, les programmes télévisés, un dernier enfin, du domaine de l'imaginaire, dans un cheminement qui semble s'orienter du domaine public à une dimension privée . Surtout, nous avons vu au travers des anime, médium par excellence de la culture populaire, les rapports qu'entretient le Japon à l'Étranger, et l'évolution la plus récente de ceux-ci.

Notre premier chapitre a porté sur le processus d'élaboration, d'effritement et de réévaluation de la « japonité », considéré autant sous les angles politiques que sociaux, économiques et culturels. C'est de la même façon que nous avons abordé le suivant, dirigeant notre attention sur le médium anime, son positionnement national et international, et sa résonance. Nous avons alors recontextualisé la question des représentations animées et de leur processus de construction, ajoutant la perspective de l'agentivité des acteurs à notre réflexion. Munis de ces outils, nous avons construit notre troisième et dernier chapitre en deux temps. D'abord, nous avons fait le bilan des décennies 1990 à 2010 pour le Japon, comptant sur les dimensions démographiques et médiatiques pour nous situer dans cette période et établir le « réel » de notre étude. Est venue ensuite l'analyse proprement dite. Elle nous a permis de nous étendre adéquatement sur les trois œuvres que nous avons sélectionnées, tout en les confrontant à une foule d'autres, et plus largement au contexte japonais de leur époque.

Il nous est alors apparu que plusieurs tendances concernaient notre sélection, caractérisées par des perspectives distinctes. *Nana*, une œuvre pensée exclusivement pour une audience japonaise, approchait l'Étranger d'une vision conservatrice, l'ignorant à certains moments et recourant à des stéréotypes convenus à d'autres¹¹⁶. Tant *Cowboy Bebop* que *Yuri!!! on ICE* avaient quant à elles été créées pour attirer à la fois les publics japonais et internationaux, ce que leurs choix de représentations humaines et non-humaines rendaient clairs. En même temps, la première ne se

¹¹⁶ La question est de savoir qui, de l'audience ou du gouvernement, est le plus rassuré de maintenir une homogénéité de façade.

déroulait pas sur Terre, et la seconde peu au Japon, aucune des deux ne remettant alors ouvertement en cause la question de la « japonité », qu'elles abordaient par des moyens détournés. Nous concluons finalement, par la comparaison à d'autres œuvres, à une évolution lente du médium vers un contenu plus inclusif. Cette inclusivité, relativement nouvelle, est d'abord apparue aux marges de celui-ci, et est encore loin de constituer la norme, dans laquelle s'inscrivent régulièrement des œuvres au contenu nationaliste et militariste qui interroge. En ce sens, l'anime semble être le reflet des idéologies en circulation, plus qu'un miroir du changement social en tant que tel. Ainsi, pour voir un changement dans ses représentations, encore faut-il que ledit changement se soit déjà produit dans un premier temps dans le monde réel, et dans un second, dans l'imaginaire collectif, cela pour qu'il atteigne enfin le noyau dur (et conservateur) du médium. Suivant cette logique, une grande partie du médium se place en facteur de décélération du changement social, affectant l'imaginaire japonais et international à croire le pays mono-ethnique et unifié. Au-delà de l'entretien de cette conception erronée, le médium véhicule également des stéréotypes nuisibles vis-à-vis des étrangers et des minorités, alors que son audience n'est pas nécessairement équipée pour faire la part des choses face à de telles représentations. Tout n'est pas négatif cependant dans cette multitude animésque. Il existe en effet plus de libertés à la périphérie du médium, peuplée de séries originales. Peut-être leur libre circulation, permise par les nouvelles technologies, permettra alors à ces séries de se placer en acteurs d'un changement social positif, inspirant consommateurs et producteurs à envisager autrement les nécessités des anime¹¹⁷.

De la sorte, il nous semble avoir rempli la majorité des objectifs de notre recherche, ayant débattu de la nature et du potentiel des anime. Nous avons ainsi pu démontrer leur pertinence dans l'étude de la culture et de l'identité japonaise, et détailler leurs représentations les plus fréquentes, ou à défaut leur absence. Nous regrettons cependant de ne pas avoir pu nous pencher davantage sur la représentation des femmes étrangères ou en situation de minorités dans les anime. D'une certaine façon, leur absence illustre l'orientation majoritaire du médium, produit par des hommes hétérosexuels, pour des hommes hétérosexuels. De ce fait, nous n'avons pu établir au travers de notre recherche de tendances les concernant, échouant à apporter à ce travail un angle

¹¹⁷ Il serait intéressant de regarder quels sont les acteurs du changement au sein des studios d'animation et quelle proportion ceux-ci occupent sur le marché. Au cours de notre analyse, le nom de Watanabe en particulier est fréquemment revenu, celui de Yamamoto plus récemment, mais y en a-t-il d'autres à leur mesure de ce côté du business ?

intersectionnel pourtant passionnant. Nous avons toutefois réussi à aborder bon nombre des préjugés qui contribuaient à diminuer la valeur du médium, ou à en justifier certaines tendances pourtant contestables. Soulignons une dernière fois les plus communs avant de conclure ce mémoire.

Le premier est que l'anime, sur le spectre de la création artistique, se situe au pôle opposé des longs métrages d'animation. Ces derniers sont ce qui se rapproche le plus du cinéma tel qu'on l'envisage traditionnellement : artistique, chargé de la subjectivité et de la sensibilité de ses créateurs, et à l'essence qualitative. Suivant cette dichotomie artificielle, les anime seraient alors à l'inverse des œuvres commerciales, impersonnelles, et plus admirables pour leur nombre que leur contenu, telle une forme de *fast food* visuel : sans saveur et donc... pour tous les goûts. Pourtant, le médium n'est pas dénué d'intérêt, ses nombreux sous-genres mettant en perspective cette vision manichéenne. Ses débuts sont intrinsèquement liés à l'arrivée de la télévision dans les foyers japonais, comme moyen d'unifier la nation après la guerre, ce qui suggère déjà un potentiel nationaliste, de même qu'une relation particulière à l'audience japonaise. Son intégration même à un modèle de business, malgré les critiques qui en sont faites, ajoute à son potentiel : les anime sont ainsi répandus partout au Japon, et de plus en plus à l'étranger, alors que leur nombre croît continuellement depuis les années 1990. À l'intérieur des frontières japonaises, ils appartiennent à une culture de masse que plus du tiers de la population, soit 40 millions de personnes, consomme régulièrement, et à l'extérieur, de nouveaux acteurs, tels Netflix et Crunchyroll, contribuent à leur diffusion vers une audience de plus en plus réceptive. Ce succès est loin d'être une surprise puisqu'il se fait depuis le début des années 2000 avec le soutien du gouvernement japonais, qui investit largement pour promouvoir le Cool Japan, une image du pays associée à sa culture populaire. De la sorte, il est difficile d'ignorer le potentiel politique et nationaliste que le médium peut contenir et ses effets potentiels sur le positionnement identitaire japonais.

Les deux autres préjugés les plus fréquents tiennent à la nature des représentations anime. Deux écoles s'opposent et se contredisent. D'un côté, il y a ceux qui admettent que dans certains cas, les anime ont un contenu si proche du réel qu'il est difficile de les en couper, surtout lorsque leurs histoires se déroulent dans le Japon contemporain. Cela ne remet toutefois pas en cause à leurs yeux l'esthétique « internationale » des anime, sur un modèle « caucasien », car ils jugent alors que ce choix de représentation peut parfaitement signifier la nationalité japonaise en tant qu'archétype.

À l'absence d'une diversité visuelle, ils rétorquent que le Japon est un pays mono-ethnique qui n'a aucune raison de se positionner vis-à-vis de représentations non hégémoniques, répétant les discours du *nihonjinron* que véhiculent justement les anime. Cet argument est si souvent mentionné dans les articles en ligne, sur les forums, par les consommateurs mêmes des séries d'animation, que nous ne pouvions pas ne pas le nommer et le réfuter une dernière fois.

De l'autre côté, il y a ceux des fans qui insistent, quand ceux-ci sont critiqués, que les anime ne représentent pas le « réel ». Dans ce cas, leur esthétique « internationale » n'est pas révélatrice de quoi que ce soit, et ne camoufle pas non plus une diversité qui y aurait sa place. Pour eux, inclure d'autres phénotypes et représentations au sein du médium reviendrait à le rendre « politiquement correct », moralisateur et source de propagande. Ils ignorent alors les propres courants politiques qui y sont déjà à l'œuvre. Ce faisant, certains insistent sur le fait que l'esthétique animésque est générique et qu'on pourrait lui substituer d'autres ethnies sans problème, ce qui est vrai dans la plupart des cas, l'apparence des personnages n'étant pas souvent une source de développement narratif. Pourtant, force est de constater que l'audience est sensible à de telles modifications des personnages et se montre parfois virulente lorsque des artistes décident de représenter un personnage qu'ils aiment et, notamment, d'en changer la couleur de peau. Il n'est alors pas rare que cela lance des débats en ligne, rapidement inondés de commentaires racistes.

Le « problème » est que la culture anime est extrêmement participative, ce que nous avons mentionné dans notre deuxième chapitre. Les fans sont invités à se réappropriier les œuvres, à s'en inspirer, à écrire ou composer sur elles. L'une des formes les plus fréquentes de cette implication de l'audience est la pratique du cosplay, le fait d'incarner un personnage d'une œuvre en s'habillant voire en performant à l'identique. Une tendance se remarque de ce côté : l'ostracisation des fans noirs, à qui l'on reproche de s'impliquer « en dehors de leur couleur »¹¹⁸, une pratique qui de fait est amplifiée par le manque encore drastique de personnages noirs dans les anime¹¹⁹. La diversité est-elle dans ce cas politique ? Il semblerait que oui, qu'on le veuille ou non. L'absence de celle-ci l'est-elle également ? On ne peut répondre que par l'affirmative. Et il serait naïf de penser que de

¹¹⁸ Cette critique est rarement, voire jamais, entendue lorsque le « transfert » s'effectue entre caucasiens et asiatiques.

¹¹⁹ Celui-ci a été si notable pendant des décennies, avec parfois des représentations malavisées pour pallier une absence complète du phénotype, qu'une partie de l'audience a même eu à s'identifier à des personnages « non-humains » pendant longtemps. Piccolo de *Dragon Ball*, un alien à la peau verte, est l'un d'eux, régulièrement identifié par une partie de l'audience comme noir.

telles représentations ne « blessent » qu'une audience étrangère. Quand bien même ce serait le cas, n'est-elle pas à considérer, et dans son bon droit d'attendre des représentations adéquates lorsque celles-ci ont leur place dans les œuvres ? Nous l'avons vu, la culture japonaise existe bien au-delà des discours du *nihonjinron* et les problèmes de représentation ne s'arrêtent pas aux frontières du Japon. Immigrés de première, deuxième, troisième, quatrième générations, populations indigènes, personnes métissées, sont concernés, jusqu'au Japonais les plus « normatifs », inquiets de ne pas rentrer dans l'étroite définition de la « japonité » et de demeurer les éternels étrangers d'un pays à la mentalité fermée. Aussi, ce désir de représentation, et plus encore de représentation adéquate, n'est en rien « impérialiste » comme certains ont pu le commenter.

Dans ce cas, peut-on considérer que les tendances qui ont longtemps caractérisées les anime sont apolitiques, inoffensives... sans importance en somme ? Plutôt que de répéter trois fois « non », admettons qu'il existe des enjeux à la représentation culturelle et ethnique dans les anime, liés à l'identité japonaise et à son évolution. Les étudier plus en profondeur, en ligne comme nous l'avons fait, ou au travers d'un terrain traditionnel, serait extrêmement pertinent, d'autant plus que les changements démographiques rapides des prochaines années au Japon devraient influencer plus que jamais le médium, qui déjà se montre plus inclusif en réponse aux besoins actuels du pays.

Annexe

Cho, Hyerim, Thomas Disher, Wan-Chen Lee, Stephen A. Keating et Jin Ha Lee. 2018. « Facet Analysis of Anime Genres: The Challenges of Defining Genre Information for Popular Cultural Objects ». *KO KNOWLEDGE ORGANIZATION*, 45 (6) : 484-499. <https://doi.org/10.5771/0943-7444-2018-6-484>.

Facet	Number of Foci	Examples of Foci
Audience	6	Josei (Women), Seinen (Young Men/Youth), Shōnen (Boys), Shōjo (Girls), Kodomo (Children), Family
Setting	15	Setting-Time: Cyberpunk, Steampunk, Historical Setting-Situational: Fantasy, Apocalypse, Science Fiction, Science Fantasy, Dystopia Setting-Place: Isekai (Parallel Universe), Western, Restaurants/Stores, Space Opera, Space, School, Afterlife
Mood	7	Tragedy, Thriller, Comedy, Psychological, Horror, Suspense, Iyashikei (Healing)
Character	32	Detectives, Police, Students, Idols, Pirates, Hunters, Hybrids, Cyborgs, Androids, Robots/Mecha, Bishōjo (Beautiful Girls), Bishōnen (Beautiful Boys), Monsters, Aliens, Vampires, etc.
Plot/Narrative	21	Slice of Life, Coming-of-Age, Adventure, Mystery, Absurd, Romance, etc. Plot/Narrative-Romance-Types: Bara (Boys' Love for Male Audience), Age Gap, Shōnen Ai/Yaoi (Boys' Love), Shōjo Ai/Yuri (Girls' Love) Plot/Narrative-Romance-Multiple People: Love Triangle, Harem/Reverse Harem
Subjects	47	Game, Vehicles, Cooking, Time Travel, Magic, Virtual Reality, Politics, Work Life, Crime, Arts, Natural Disaster, Sports, etc. Subjects-Sports: Wrestling, Baseball, Gymnastics, Boxing, Martial Arts, Archery, etc.
Association with Other Works	5	Parody, Novel, Comics, Manga, Documentary
Feature	7	Action Scenes, Fan Service, Power Suits, Henshin (Transformation) Feature-Action Scenes-Types: Proxy Battles, Swordplay, Gunfights
Production	13	Production-Techniques: CG Animation Production-Styles: Chibi (Super Deformed), Gekiga (Style) Production-Regions: Foreign Anime, Cartoon Production-Agents: Voice Actors Production-Formats: ONA (Original Net Animation), Special (SP), OVA, Short (Length), Movies, Series Production-Languages: Dubbed

Table 2. Anime genre facets with examples of genre terms.

Références bibliographiques

Adala-News. 2020. « Quels sont les pays qui consomment le plus d'animes ? ». 8 juin 2020.

<https://adala-news.fr/2020/06/quels-sont-les-pays-qui-consomment-le-plus-danimes/>.

Allison, Anne. 2006. *Millennial Monsters: Japanese Toys and the Global Imagination*. Oakland : Presses de l'Université de Californie.

----. 2012. « Ordinary refugees: Social precarity and soul in 21st century Japan ». *Anthropological Quarterly*, 85 (2) : 345-370. <https://doi.org/10.1353/anq.2012.0027>.

----. 2013. *Precarious Japan*. Durham et Londres : Duke University Press.

Anime-Planet. « EverythingWatched ». Consulté en avril 2021. <https://www.anime-planet.com/users/EverythingWatched>.

Aramaki, Kenji. 2018. *Japan's Long Stagnation, Deflation and Abenomics: Mechanisms and Lessons*. Singapour : Springer. <https://doi.org/10.1007/978-981-13-2176-4>.

Aranda, Oscar G. 2020. « Representations of Europe in Japanese anime: An overview of case studies and theoretical frameworks ». *Mutual Images Journal*, 8 : 47-84. <https://doi.org/10.32926/2020.8.ara.europ>.

Arlt, Wolfgang G. 2006. « Thinking through tourism in Japan ». *Tourism and Hospitality Planning & Development*, 3 (3) : 199-207. <https://doi.org/10.1080/14790530601132377>.

Berndt, Jaqueline. 2014. « The Intercultural Challenge of the “Mangaesque”: Reorienting Manga Studies after 3/11 ». Dans *Manga's Cultural Crossroads*. Sous la direction de Jaqueline Berndt et Bettina Kümmerling-Meibauer, 65-84. Abingdon : Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203366196>.

----. 2018. « Anime in Academia: Representative Object, Media Form, and Japanese Studies ». *Arts*, 7 (4) : 56. Multidisciplinary Digital Publishing Institute. <https://doi.org/10.3390/arts7040056>.

Bernier, Bernard. 2013. « Déclassement et transformation de la structure de classes au Japon de 1945 à 2013 ». *Diversité urbaine*, 13 (1) : 9-26. <https://doi.org/10.7202/1024708ar>.

----. 2014. « What Do Young Japanese Women Think of Marriage, Work and Career? ». Dans *Japanese Youth in the Conservative Elite Society*. Sous la direction de Hiroshi Itoh et Bernard Bernier, 121-140. Lewiston : Edwin Mellen Press.

Blair, Jeffrey. 1997. « The Role of English and Other Foreign Languages in Japanese Society ». *The Faculty Journal of Aichi Gakuin Junior College*, 5 : 74-86.

Bolton, Christopher. 2018. *Interpreting Anime*. Minneapolis : University of Minnesota Press. <https://doi.org/10.5749/j.ctt20fw7d7>.

Bresnahan, Mary I., Yasuhiro Inoue et Naomi Kagawa. 2006. « Players and whiners? Perceptions of sex stereotyping in anime in Japan and the US ». *Asian Journal of Communication*, 16 (2) : 207-217. <https://doi.org/10.1080/01292980600638728>.

Brown, Steven T., dir. 2006. *Cinema anime: Critical engagements with Japanese animation*. NYC : Springer. <https://doi.org/10.1057/9781403983084>.

Burlingame, Russ. 2018. « 'Cowboy Bebop' Director Opens Up About Anime's Focus On Diversity ». *Comicbook*, 23 mai 2018. <https://comicbook.com/anime/news/cowboy-bebop-director-opens-up-about-animes-focus-on-diversity/>.

Capobianco, Paul. 2020. « Japanese Migration Then and Now: The Increased Visibility of Foreigners through Diversification and International Marriage ». *Annual Papers of the Anthropological Institute*, 11.

Carlson, Rebecca. 2020. « National Anxieties in Polite Disguise: Cool Japan branding and the inversion of globalization ». Dans *Research Companion to Language and Country Branding*. Sous la direction de Irene Theodoropoulou et Johanna Tovar, 239-258. Abingdon : Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780429325250>.

Cho, Hyerim, Thomas Disher, Wan-Chen Lee, Stephen A. Keating et Jin Ha Lee. 2018. « Facet Analysis of Anime Genres: The Challenges of Defining Genre Information for Popular Cultural

Objects ». *KO KNOWLEDGE ORGANIZATION*, 45 (6) : 484-499. <https://doi.org/10.5771/0943-7444-2018-6-484>.

Chung, Erin Aeran. 2010. *Immigration & Citizenship in Japan*. New York : Cambridge University Press.

Clements, Jonathan et Helen McCarthy. 2015. *The anime encyclopedia: A century of Japanese animation*. Berkeley, Calif.: Stone Bridge Press.

Condry, Ian. 2009. « Anime creativity: Characters and premises in the quest for cool Japan ». *Theory, Culture & Society*, 26 (2-3) : 139-163. <https://doi.org/10.1177/0263276409103111>.

----. 2013. *The Soul of Anime: Collaborative creativity and Japan's media success story*. Durham et Londres : Duke University Press.

Cooper-Chen, Anne. 2012. « Cartoon planet: the cross-cultural acceptance of Japanese animation ». *Asian Journal of Communication*, 22 (1) : 44-57. <https://doi.org/10.1080/01292986.2011.622774>.

Cowboy Bebop Wiki. https://cowboybebop.fandom.com/wiki/Main_Page.

Dasgupta, Romit. 2012. *Re-reading the Salaryman in Japan: Crafting Masculinities*. Abingdon : Routledge.

Davre, Amandine. 2020. « (In)visibilité de la radioactivité dans l'art et la photographie du Japon après « Fukushima » : médiations et expositions ». Thèse de doctorat, Montréal : Université de Montréal. <https://papyrus.bib.umontreal.ca/xmlui/handle/1866/25577>.

Denison, Rayna. 2015. *Anime: A Critical Introduction*. London : Bloomsbury.

Drazen, Patrick. 2014. *Anime Explosion!: The What? Why? & Wow! of Japanese Animation*. Berkeley, Calif.: Stone Bridge Press.

Elias, Herlander. 2012. *The Anime Galaxy: Japanese Animation As New Media*. LabCom Books.

Endo, Kumiko. 2018. « Singlehood in `precarious Japan': examining new gender tropes and inter-gender communication in a culture of uncertainty ». *Japan Forum*, 31 (2) : 165-186. <https://doi.org/10.1080/09555803.2018.1441167>.

Endoh, Toake. 2019. « The politics of Japan's immigration and alien residence control ». *Asian and Pacific Migration Journal*, 28 (3) : 324-352. <https://doi.org/10.1177/0117196819873733>.

Fennell, Dana, Ana S.Q. Liberato, Bridget Hayden, et Yuko Fujino. 2013. « Consuming anime ». *Television & New Media*, 14 (5) : 440-456. <https://doi.org/10.1177/1527476412436986>.

Furansujapon. « Japon : le harcèlement scolaire a battu des records ». Consulté le 24 avril 2021. <https://furansujapon.com/japon-le-harcelement-scolaire-a-battu-des-records/>.

Gardner, Richard A. 2014. « Aum Shinrikyô and a Panic About Manga and Anime ». Dans *Japanese Visual Culture: Explorations in the World of Manga and Anime*. Sous la direction de Mark W. MacWilliams, 200-218. Abingdon : Routledge.

Goodman, Roger, Ceri Peach, Ayumi Takenaka et Paul White. 2003. *Global Japan: The Experience of Japan's New Immigrants and Overseas Communities*. Abingdon : Routledge.

Grand View Research. « Anime Market Size, Share & Trends Analysis Report By Type (T.V., Movie, Video, Internet Distribution, Merchandising, Music, Pachinko, Live Entertainment), By Region, And Segment Forecasts, 2019-2025 ». Publié en décembre 2019. <https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/anime-market>.

Guichard, Stéphanie. 1999. *La défaite financière du Japon*. Paris : Economica.

Hack, Brett. 2016. « Subculture as social knowledge: a hopeful reading of otaku culture ». *Contemporary Japan*, 28 (1) : 33-57. <https://doi.org/10.1515/cj-2016-0003>.

Hambleton, Alexandra. 2011. « Reinforcing Identities? Non-Japanese residents, television and cultural nationalism in Japan ». *Contemporary Japan*, 23 (1) : 27-47. <https://doi.org/10.1515/cj.2011.003>.

Hu, Tze-Yue G. 2010. *Frames of anime: Culture and image-building*. Hong Kong : Hong Kong University Press.

Iida, Yumiko. 2000. « 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*, 8 (2) : 423-464. <https://doi.org/10.1215/10679847-8-2-423>.

Ito, Rika et Megan Bisila. 2020. « Blond hair, blue eyes, and “bad” Japanese: representing foreigner stereotypes in Japanese anime ». *Language Awareness*, 29 (3-4) : 286-303. <https://doi.org/10.1080/09658416.2020.1786578>.

Iwabuchi, Koichi. 2002. *Recentering globalization: Popular culture and Japanese transnationalism*. Durham et Londres : Duke University Press.

----. 2002. « “Soft” nationalism and narcissism: Japanese popular culture goes global ». *Asian Studies Review*, 26 (4) : 447-469. <https://doi.org/10.1080/10357820208713357>.

----. 2006. « Japanese popular culture and postcolonial desire for ‘Asia’ ». Dans *Popular culture, globalization and Japan*. Sous la direction de Matthew Allen et Rumi Sakamoto, 15-35. Abingdon : Routledge.

JBT Tourism Research & Consulting Co. 2021. « Tourism Statistics: Overseas Residents’ Visits to Japan ». Révisé le 12 août 2021. <https://www.tourism.jp/en/tourism-database/stats/inbound/>.

Johnston, Lachlan. 2017. « Interview with Yuri!!! On ICE Creator Sayo Yamamoto: Part I ». Otaquest, 30 Juin 2017. <https://www.otaquest.com/sayo-yamamoto-interview-part-1/>.

----. 2017. « Interview with Yuri!!! On ICE Creator Sayo Yamamoto: Part II ». Otaquest, 28 Juillet 2017. <https://www.otaquest.com/sayo-yamamoto-interview-part-2/>.

Kondo, Atsushi. 2016. *Report on Citizenship Law: Japan*. EUDO Citizenship Observatory. Badia Fiesolana : European University Institute.

Laffage-Cosnier, Sébastien et Rie Inaba. 2016. « Diffusion of Japanese sports anime in France: Assessment and Review of Issues ». *Inter Faculty*, 7 : 117-140. <https://doi.org/10.15068/00147456>.

LaMarre, Thomas. 2009. *The Anime Machine: A Media Theory of Animation*. Minneapolis : University of Minnesota Press.

----. 2018. *The anime ecology: A Genealogy of Television, Animation, and Game Media*. Minneapolis : University of Minnesota Press. <https://doi.org/10.5749/j.ctt21c4stv>.

Lei, Anne. 2018. « Constructing Race in Anime ». Thèse d'honneur de premier cycle, Université d'État de l'Oregon.

Levi, Antonia. 2013. « The sweet smell of Japan: Anime, manga, and Japan in North America ». *Journal of Asian Pacific Communication*, 23 (1) : 3-18. <https://doi.org/10.1075/japc.23.1.02lev>.

Lie, John. 2000. « The discourse of Japaneseness ». Dans *Japan and Global Migration: Foreign workers and the advent of a multicultural society*. Sous la direction de Mike Douglass et Glenda Roberts, 69-89. Londres : Routledge.

----.2001. *Multiethnic Japan*. Cambridge, Massachusetts : Harvard University Press.

Liu-Farrer, Gracia. 2020. *Immigrant Japan : Mobility and Belonging in an Ethno-nationalist Society*. Ithaca et Londres : Cornell University Press.

Lu, Amy S. 2008. « The many faces of internationalization in Japanese anime ». *Animation: An Interdisciplinary Journal*, 3 (2) : 169-187. <https://doi.org/10.1177/1746847708091893>.

-----. 2009. « What Race Do They Represent and Does Mine Have Anything to Do with It? Perceived Racial Categories of Anime Characters ». *Animation: An Interdisciplinary Journal*, 4 (2) : 169-190. <https://doi.org/10.1177/1746847709104647>.

Lu, Catherine, Toshihiro Menju et Melissa Williams. 2005. « Japan and “The Other” : Reconceiving Japanese Citizenship in the Era of Globalization ». *Asian Perspective*, 29 (1) : 99-134. <https://doi.org/10.1353/apr.2005.0030>.

Malinas, David A. 2006. « Exclus et précaires dans le Japon contemporain. Caractéristique et analyse du phénomène des sans-abri au Japon ». *Cités*, 3 (27) : 41-53.

Matthews, Joel. 2019. « Historical Structures of Exclusion and the Colonial Korean (Zainichi) Diaspora in Modern Japan ». Dans *Cultural and Social Division in Contemporary Japan: Bridging Social Division*. Edité par Yoshikazu Shiobara, Kohei Kawabata et Joel Matthews, 53-67. Abingdon : Routledge.

McCreery, Guy. 1998. « Redefined Selves: Individuality and Community in Post-Bubble Japan ». Thèse de doctorat, Londres : SOAS Université de Londres. <https://doi.org/10.25501/SOAS.00028801>.

McLelland, Mark. 2017. *The end of Cool Japan: Ethical, legal, and cultural challenges to Japanese popular culture*. Abingdon : Routledge.

Mirza, Vincent. 2010. « Crise, travail et mariage chez les jeunes femmes à Tokyo : Morale, liberté et flexibilisation de la main d'œuvre ». *Anthropologie et Sociétés*, 34 (2) : 65-81. <https://doi.org/10.7202/045706ar>.

MyAnimeList.net – Anime and Manga Database and Community. Consulté en juillet 2021. <https://myanimelist.net/>.

Nakamura, Alice, Masao Nakamura et Atsushi Seike. 2004. « Aging, Female and Foreign Workers, and Japanese Labor Markets: An International Perspective ». Dans *Changing Japanese Business, Economy and Society: Globalization of Post-Bubble Japan*. Sous la direction de Masao Nakamura, 107-143. Londres : Palgrave Macmillan. https://doi.org/10.1057/9780230524040_6.

Nana Wiki. https://nana.fandom.com/wiki/Nana_Wiki.

Napier, Susan J. 2005. *Anime from Akira to Howl's moving castle: Experiencing contemporary Japanese animation*. New York : Palgrave Macmillan.

Nazim, Mendelnozor. « Cowboy Bebop DVD Bonus Interview Shinichiro Watanabe ». YouTube, 2:00, 2 mars 2011. <https://www.youtube.com/watch?v=dZRf7SebqUQ>.

Noh, Susan S. 2017. « Nostalgia in Anime: Redefining Japanese Cultural Identity in Global Media Texts ». Mémoire de M.A., Washington D.C.: Georgetown University.

- Novielli, Maria R. 2018. *Floating Worlds: A Short History of Japanese Animation*. CRC Press.
- Onemu, Uyoyo C. 2020. « The Economies of Anime: Anime as a soft power, a cultural product and a (trans)national medium ». Thèse de doctorat, Uxbridge : Brunel University.
- Paulk, Charles. 2011. « Post-National Cool: William Gibson's Japan ». *Science Fiction Studies*, 38 (3) : 478-500. <https://doi.org/10.5621/sciefictstud.38.3.0478>.
- pke1029. 2017. « [Statistics] Overall production of anime is not declining ». Reddit. 2 janvier 2017. https://www.reddit.com/r/anime/comments/51lhxy/statistics_overall_production_of_anime_is_not/ Graphique : « Anime Production Frequency since 1990 ». <https://i.imgur.com/RZXVoUH.jpg>.
- Plourde, Lorraine. 2014. « Cat Cafés, Affective Labor, and the Healing Boom in Japan ». *Japanese Studies*, 34 (2) : 115-133. <https://doi.org/10.1080/10371397.2014.928183>.
- Pokémon Wiki. « Banned episodes ». Révisé en mai 2021. https://pokemon.fandom.com/wiki/Banned_episodes.
- Quora. « How much does anime contribute to Japan's economy? ». Révisé en mai 2018. <https://www.quora.com/How-much-does-anime-contribute-to-Japans-economy>.
- Ramasubramanian, Srividya et Sarah Kornfield. 2012. « Japanese Anime Heroines as Role Models for U.S Youth: Wishful Identification, Parasocial Interaction, and Intercultural Entertainment Effects ». *Journal of International and Intercultural Communication*, 5 (3) : 189-207. <https://doi.org/10.1080/17513057.2012.679291>.
- Red Carpet News TV. 2013. « Shinichiro Watanabe Interview - Cowboy Bebop, Kids On The Slope & New Series ». YouTube, 15:53, 25 mai 2013. <https://www.youtube.com/watch?v=Y4Z1uvexzrQ>.
- Reisel, Mary. 2017. « Girl Power, transgression and the embodiment of the image: The rise of Enjo-kôsai and hyper-sexual economy in post-bubble Japan ». *East Asian Journal of Popular Culture*, 3 (1) : 23-37. https://doi.org/10.1386/eapc.3.1.23_1.

Reysen, Stephen, Iva Katzarska-Miller, Courtney Plante, Sharon Roberts et Kathleen C. Gerbasi. 2017. « Examination of anime content and associations between anime consumption, genre preferences, and ambivalent sexism ». *The Phoenix Papers*, 3 (1) : 285-303.

ReviewMoose. « 18 Anime Industry Statistics for Canadian Fans in 2021 ». ReviewMoose. Avril 2021. <https://reviewmoose.ca/blog/anime-industry-statistics/>. Graphique 1 : « Sales Revenue of the Animation Industry in Japan in 2019, by Segment (in Billion Japanese Yen) »

Roberts, Glenda. 2018. « An Immigration Policy by *Any* Other Name: Semantics of Immigration to Japan ». *Social Science Japan Journal*, 21 (1) : 89-102. <https://doi.org/10.1093/ssjj/jyx033>.

Robertson, Jennifer. 2002. « Blood talks: Eugenic modernity and the creation of new Japanese ». *History and Anthropology*, 13 (3) : 191-216. <https://doi.org/0275720022000025547>.

Russel, John. 1991. « Race and Reflexivity: The Black Other in Contemporary Japanese Mass Culture ». *Cultural Anthropology*, 6 (1) : 3-25. <https://doi.org/10.1525/can.1991.6.1.02a00010>.

Sabre, Clothilde. 2012. « Neojaponism and Pop Culture New Japanese Exoticism in France ». *Regioninés studijos*, 6 : 67-88.

----. 2016. « French Anime and Manga Fans in Japan ». *International Journal of Contents Tourism*, 1.1 : 1-19.

Saito, Kumiko. 2013. « Regionalism in the Era of Neo-Nationalism: Japanese Landscape in the Background Art of Games and Anime from the Late-1990s to the Present ». Dans *Asian popular culture: New, hybrid, and alternate media*. Sous la direction de John A. Lent et Lorna Fitzsimmons. Lanham : Lexington Books.

Saito, Shinichi. 2007. « Television and the Cultivation of Gender-Role Attitudes in Japan: Does Television Contribute to the Maintenance of the Status Quo? ». *Journal of Communication*, 57 (3) : 511-531. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2007.00355.x>.

Schmidt, Stéphanie. 2016. « Catastrophe nucléaire de Fukushima : les conséquences 5 ans après ». *Trust My Science*, 18 mars 2016. <http://trustmyscience.com/fukushima-catastrophe-nucleaire/>.

Schodt, Frederik L. 2007. *The Astro Boy Essays: Osamu Tezuka, Mighty Atom, and the Manga/Anime Revolution*. Berkeley, Calif.: Stone Bridge.

Smith, Colin S. 2018. « The precarious and the transitional: labor casualization and youth in post-bubble Japan ». *Children's Geographies*, 16 (1) : 80-91. <https://doi.org/10.1080/14733285.2017.1395392>.

Statista Research Department. « Share of people who often read manga or watch anime in Japan as of October 2019 ». Publié en février 2020. <https://www.statista.com/statistics/1100388/japan-share-of-people-who-often-consume-manga-or-anime/>.

----. « Number of international students Japan 2011-2020 ». Publié le 31 mai 2021. <https://www.statista.com/statistics/1125812/japan-total-number-foreign-students/>.

Steak Bentley. 2019. « Cowboy Bebop and The West ». YouTube, 40:03, 3 septembre 2019. <https://www.youtube.com/watch?v=-8-GrO25zBQ&t=37s>.

Steinberg, Marc. 2012. *Anime's Media Mix: Franchising Toys and Characters in Japan*. Minneapolis : University of Minnesota Press.

Suan, Stevie. 2017. « Anime's performativity: Diversity through conventionality in a global media-form ». *Animation*, 12 (1) : 62-79. <https://doi.org/10.1177/1746847717691013>.

« The Changing Face of Tokyo: One in Eight Shinjuku Residents are Foreign Nationals ». *Nippon*, révisé le 27 février 2019. <https://www.nippon.com/en/japan-data/h00398/the-changing-face-of-tokyo-one-in-eight-shinjuku-residents-are-foreign-nationals.html>.

« The True Language of Cowboy Bebop ». The Cowboy Bebop Attic: Essays and Analyses (blogue). *Weebly*, consulté en septembre 2021. <http://bebopattic.weebly.com/the-true-language-of-the-bebop-crew.html>.

Tomos, Ywain. 2013. « The significance of anime as a novel animation form, referencing selected works by Hayao Miyazaki, Satoshi Kon and Mamoru Oshii ». Thèse de doctorat, Aberystwyth : Université d'Aberystwyth.

Tsuneyoshi, Ryoko, Kaori H. Okano et Sarane Boocock. 2011. *Minorities and Education in Multicultural Japan: An Interactive Perspective*. Abingdon : Routledge.

Tual, Morgane. 2017. « “Yuri on Ice”, l’animé de patinage artistique queer au succès inattendu ». *Le Monde*, révisé le 27 juillet 2017. https://www.lemonde.fr/pixels/article/2017/07/09/yuri-on-ice-l-anime-de-patinage-artistique-queer-au-succes-inattendu_5158120_4408996.html.

Université de Sherbrooke. 2021. « Perspective Monde : Population (65 ans et +) (% de la population totale), Japon ». Consulté le 24 avril 2021. <https://perspective.usherbrooke.ca/bilan/servlet/BMTendanceStatPays/?codeStat=SP.POP.65UP.TO.ZS&codePays=JPN&codeTheme=1>.

Valaskivi, Katja. 2013. « A brand new future? Cool Japan and the social imaginary of the branded nation ». *Japan Forum*, 25 (4) : 485-504. <https://doi.org/10.1080/09555803.2012.756538>.

Vox. « The dark side of Japan’s anime industry ». Publié en juillet 2019. <https://www.vox.com/culture/2019/7/2/20677237/anime-industry-japan-artists-pay-labor-abuse-neon-genesis-evangelion-netflix>.

Whaley, Deborah E. 2015. *Black Women in Sequence: Re-inking Comics, Graphic Novels, and Anime*. Seattle et Londres : Presses de l’Université de Washington.

Wikipedia. 2021. « List of anime series by episode count ». Révisé en juin 2021. https://en.wikipedia.org/wiki/List_of_anime_series_by_episode_count.

Wohns, Anthony Wilder. 2013. « Calling All *Gaijin!* Immigration Reform for Japan ». *Harvard International Review*, 35 (2) : 6-7.

Yang, Xiaoke. 2020. « Commodified Shōjō: Teenage Sex Exploitation in Post-bubble Japan ». *CROSSROADS: The University of Michigan Undergraduate Journal of Anthropology*, 3 (2) : 88-105.

Yano, Christine R. 2013. *Pink globalization: Hello Kitty’s trek across the Pacific*. Durham et Londres : Duke University Press.

Yoshida, Kaori. 2008. « Animation and "otherness": the politics of gender, racial, and ethnic identity in the world of Japanese anime ». Thèse de doctorat, Vancouver : Université de Colombie Britannique.

Yu, Shunyao. 2015. « Japanese anime and women's gender-role changing ». Mémoire de M.A., Jyväskylä : Université de Jyväskylä.

Yuri!!! on Ice Wikia. https://yurionice.fandom.com/wiki/Yuri!!!_on_Ice_Wikia.

Zahlten, Alexander. 2013. « Animation and Boundlessness ». *Japanese Journal of Animation Studies*, 14 (1a) : 51-56.

Références filmographiques

Longs métrages

A Good Day to Die Hard (John Moore, 2013)

Alien (Ridley Scott, 1979)

Avengers (Joss Whedon, 2012)

Batman Returns (Tim Burton, 1992)

Blade Runner (Ridley Scott, 1982)

Coffy (Jack Hill, 1973)

Desperado (Robert Rodriguez, 1995)

Django (Sergio Corbucci, 1966)

GoldenEye (Martin Campbell, 1995)

Indiana Jones and the Kingdom of the Crystal Skull (Steven Spielberg, 2008)

Iron Man 2 (Jon Favreau, 2010)

Nana et Nana 2 (Ôtani Kentarô, 2005 et 2006)

Shaft (Gordon Parks, 1971)

The Matrix (Les Wachowski, 1999)

Longs métrages d'animation

Akira (Tokyo Movie Shinsha, 1988)

Bambi (Walt Disney Pictures, 1942)

Blanche-Neige et les Sept Nains (Walt Disney Pictures, 1937)

Genma Taisen: Harumagedon ; Genma Wars (Madhouse, 1983)

Ghost in the Shell (Oshii Mamoru, 1995)

Hakujaden ; Le Serpent blanc (Tôei Animation, 1958)

Hauru no ugoku shiro ; Le Château ambulat (Miyazaki Hayao, 2004)

Kaze no tani no Nausicaä ; Nausicaä de la Vallée du Vent (Miyazaki Hayao, 1984)

Tonari no Totoro ; Mon voisin Totoro (Miyazaki Hayao, 1988)

Courts métrages d'animation

Imokawa Mukuzou genkanban no maki ; L'histoire du concierge Mukuzô Imukawa (Shimokawa Oten, 1917)

The Animatrix ; Animatrix (Madhouse ; Studio 4°C, 2003)

Séries télévisées

Star Trek (Gene L. Coon ; John Meredyth Lucas ; Fred Freiberger, 1966–1969)

Walker, Texas Ranger (Chuck et Aaron Norris, 1993–2001)

Séries d'animation

Afro Samurai (Gonzo, 2007)

Attacker You! ; Jeanne et Serge (Knack Productions, 1984-1985)

Black Lagoon (Madhouse, 2006)

Bleach (Studio Pierrot, 2004–2012)

Blood+ (Production I.G, 2005-2006)

Candy Candy ; Candy (Tôei Animation, 1975–1979)

Captain Tsubasa ; Olive et Tom (Tsuchida Production, 1983–1986)

Carole & Tuesday (Bones, 2019)

Cat's Ai ; Cat's Eye (Tokyo Movie Shinsha, 1983–1985)

Cowboy Bebop (Sunrise, 1998-1999)

Death Note (Madhouse, 2006-2007)

Digimon Adventure (Tôei Animation, 1999-2000)

Dragon Ball et *Dragon Ball Z* (Tôei Animation, 1986–1989 et 1989-1996)

Free! (Kyoto Animation ; Animation Do, 2013–2018 (saisons 1 à 3))

Fushigi no umi no Nadia ; Nadia, le secret de l'eau bleue (Gainax, 1990-1991)

Golden Kamuy (Geno Studio, 2018–2020 (saisons 1 à 3))

Great Pretender (Wit Studio, 2020)

Hagane no Renkinjutsushi ; Fullmetal Alchemist (Bones, 2003-2004)

Haikyuu!! (Production I.G, 2014–2020 (saisons 1 à 4))

Janguru Taitei [Kimba the White Lion]; Le Roi Léo (Mushi Production, 1965-1966)

Kuroko no Basket ; Kuroko's Basket (Production I.G, 2012–2015 (saisons 1 à 3))

Lovely★Complex (Tôei Animation, 2007)

Love Lab (Doga Kobo, 2013)

Mahou Shoujo Madoka★Magica ; *Puella Magi Madoka Magica* (Shaft, 2011)

Mahoutsukai Sally ; *Sally la petite sorcière* (Tôei Animation, 1966–1968)

Meitantei Conan ; *Détective Conan* (TMS Entertainment, 1996–en cours)

Michiko to Hatchin (Manglobe, 2008-2009)

Mirai Shōnen Conan ; *Conan, le fils du futur* (Nippon Animation, 1984)

Nana (Madhouse, 2006-2007)

Naruto (Studio Pierrot, 2002–2007)

Nodame Cantabile (J.C.Staff, 2007–2010)

One Piece (Tôei Animation, 1999–en cours)

One Punch Man (Madhouse ; J.C.Staff, 2015–2019 (saisons 1 et 2))

Ouran High School Host Club (Bones, 2006)

Pokémon (OLM, 1997–en cours)

Psycho-Pass (Production I.G ; Tatsunoko Production, 2012–2019)

Ribon no Kishi ; *Princesse Saphir* (Tezuka Productions ; Mushi Production, 1967-1968)

R.O.D: Read or Die (Studio Deen, 2001-2002)

Sailor Moon (Tôei Animation, 1992–1997)

Saint Seiya ; *Les Chevaliers du Zodiaque* (Tôei Animation, 1987–1989)

Samurai Champloo (Manglobe, 2004-2005)

Sazae-san (TCJ devenu Eiken, 1969–en cours)

Shaman King (Xebec, 2001-2002)

Shingeki no Kyojin ; L'Attaque des Titans (Wit Studio ; Production I.G ; MAPPA, 2013–en cours)

Shin Seiki Evangelion ; Neon Genesis Evangelion (Gainax ; Tatsunoko Production, 1995-1996)

Taiyō no ko Esuteban ; Les Mystérieuses Cités d'or (Studio Pierrot, 1982-1983)

Tetsuwan Atomu ; Astro Boy (Mushi Production, 1963–1966)

Uchū Densetsu Yurishīzu Sātīwan ; Ulysse 31 (TMS Entertainment, 1981-1982)

Uchūkaizoku Kyaputen Hārokku ; Albator, le corsaire de l'espace (Tôei Animation, 1978-1979)

Uchū Senkan Yamato [Star Blazers] ; Yamato (Tôei Animation, 1974-1975)

UFO Robo Grendizer ; Goldorak (Tôei Animation, 1975–1977)

Yakusoku no Neverland ; The Promised Neverland (CloverWorks, 2019)

Yumeiro Pâtissière (Studio Pierrot ; Studio Hibari, 2009-2010)

Yuri!!! on ICE (MAPPA, 2016)