

L'Autre japonaise vue par l'industrie musicale américaine : Appropriation vocale et mutisme

Par Geneviève Cross

Résumé

Cet article examine les représentations orientalistes de la femme japonaise dans les prestations et les vidéoclips de quatre chanteuses populaires (Katy Perry, Nicki Minaj, Gwen Stefani et Avril Lavigne) à la lumière de la théorie d'Edward Said. L'industrie musicale américaine réifie la féminité orientale en suivant deux modèles de représentation : d'une part, les interprètes s'approprient la voix de l'Autre en prenant l'habit de la geisha, associée à une image romantique du Japon prémoderne; d'autre part, elles utilisent les produits culturels du Japon contemporain et ses habitantes comme accessoires rehaussant leur originalité et leur prestige en tant qu'artistes. Dans les deux cas, il n'y a pas de dialogue possible, car l'Autre est un objet silencieux.

Mots clés : orientalisme; Edward Said; vidéoclip; industrie musicale; Japon; États-Unis

1. Introduction : Le Japon comme rival oriental

Dans la pensée américaine, l'« Autre oriental » évoque surtout l'Extrême-Orient (Said 30). En ce qui a trait au Japon, un discours orientaliste apparaît aux États-Unis suivant l'ouverture de l'archipel au commerce international par le commodore Matthew Perry en 1854, puis par le consul Townsend Harris peu de temps après. Le Japon s'embarque alors dans une ère de modernisation « à l'occidentale », facilitée par les conseillers américains. Dans ces conditions, les États-Unis fondent ce que Yoshihara appelle un « empire informel » en Extrême-Orient (*Embracing the East* 7-9). Pourtant, s'ils se vantaient d'abord d'avoir « rajeuni » le Japon, ils déchantent lorsque celui-ci ressort vainqueur de la guerre russo-japonaise (1904-1905). Les Américains, ayant déjà manifesté leurs ambitions impériales dans le Pacifique avec leur doctrine de la porte ouverte vis-à-vis de la Chine et la conquête des Philippines, se heurtent à cette puissance

navale émergente. La complexité des rapports de pouvoir qui découle de la confrontation entre les empires de l'Ouest et de l'Est surgit dans le regard ambivalent que le premier pose sur le second. Harry D. Harootunian explique que la phase d'américanisation volontaire que connaît le pays du soleil levant après la Première Guerre mondiale est supplantée par une américanisation bien différente après Hiroshima et Nagasaki : « In time, war defeated Japan's America and opened the way for the Occupation's version of an America's Japan » (198-9). Le Japon occupé par les États-Unis est imaginé comme une mariée qui est introduite dans le monde de l'époux, qui la socialise et lui inculque les valeurs du « monde libre » (199-200). D'un autre côté, au début du XX^e siècle, l'opposition à l'immigration asiatique aux États-Unis s'articule aussi en des termes sexualisés – hommes émasculés et femmes voluptueuses (Yoshihara, *Embracing the East* 7-9). Les couples Ouest-puissance virile et Est-féminité passive permettent d'appivoiser l'Autre dans l'imaginaire collectif et se cristallisent dans l'art, dont l'exemple le plus connu est le récit de John Luther Long, *Madame Butterfly*, adapté en opéra par Puccini.

De nos jours, cette image est encore largement diffusée dans l'industrie musicale en Occident. La présente étude relève les différents modes de représentation de la femme japonaise dans les prestations et les vidéoclips de chanteuses populaires aux États-Unis, de façon à mettre au jour un contenu orientaliste visant à dompter l'Autre et à s'exprimer en son nom. Elle s'insère donc dans la lignée des études postcoloniales et emprunte les concepts saidiens de la représentation de l'Autre et du rapport entre présence et absence. Nous montrerons comment les chanteuses populaires de l'industrie musicale nord-américaine réifient la féminité orientale en suivant deux modèles de représentation, alimentés des stéréotypes datant du XIX^e siècle : d'une part, les interprètes s'approprient

la voix de l'Autre en endossant ses vêtements et en recyclant l'image de la geisha a-historique qui chante son besoin d'être aimée; d'autre part, elles se nourrissent de la culture populaire du Japon contemporain dont elles dépouillent les Japonaises, véritables accessoires humains. Dans les deux cas, il n'y a pas de dialogue possible, car l'Autre est un objet silencieux.

Selon Edward Said, ce que les Occidentaux disent de l'Orient est contaminé par un mode de pensée historique plaçant l'Ouest dans une position de supériorité relativement à l'Est. En des termes simples, l'Orient, c'est l'Autre, et, comme le dirait Jean-Paul Sartre, « [a]utruï, c'est celui qui n'est pas moi et que je ne suis pas » (275). Sartre ajoute que l'Autre est un *objet* que l'on fixe à travers le regard comme une photographie (298). L'Orient *Autre*, parce qu'il est un objet passif, n'est accessible qu'à travers des représentations réductrices. L'Orient est essentialisé : il est étrange, sensuel, exotique. Ces traits « orientaux » ont souvent été associés aux connotations tout aussi stéréotypées du féminin. À l'instar de l'Est, la femme est un être beau mais fragile, mystérieux mais capable de méchanceté. Said remarque qu'en art, la femme orientale « ne parle jamais d'elle-même, elle ne fait jamais montre de ses émotions, de sa présence ou de son histoire », et incarne la domination de l'Ouest, détenteur du droit de parole (36). C'est dire qu'elle est, ironiquement, « toute absence » dans les représentations de l'orientaliste, qui peut *ipso facto* signaler sa propre présence (359). Dans les prestations et les vidéoclips de chanteuses populaires américaines, les Japonaises représentées sont utilisées pour rehausser l'originalité et l'autonomie de la vedette; celle-ci veut faire entendre sa voix à la radio, vouant du même coup l'Autre au silence et à l'invisibilité.

2. Corpus et méthodologie

C'est en effet le constat qui émerge de l'analyse de quatre « mises en scène » musicales, soit l'interprétation par Katy Perry de sa chanson « Unconditionally » aux American Music Awards (AMA) en 2013, le vidéoclip de « Your Love » par Nicki Minaj en 2010, la prestation de « Harajuku Girls » par Gwen Stefani à *Sessions@AOL* en 2004 et le vidéoclip paru 10 ans plus tard de la chanson « Hello Kitty » d'Avril Lavigne.

Le vidéoclip – et, par extension, la prestation destinée à la diffusion sur Internet ou à la télévision – est un médium trop souvent ignoré par l'institution académique, qui lui reproche sa fonction ouvertement publicitaire. Pourtant, à l'ère de la mondialisation et de l'explosion des médias sociaux, le vidéoclip est plus visible et accessible que jamais, ce qui en fait le véhicule idéal des idées reçues au sujet des genres et des races (Railton et Watson 2-5). Notre corpus se prête donc à une approche intersectionnelle en raison des images qu'il véhicule d'un groupe ayant été doublement victime de discrimination dans l'histoire des États-Unis : les femmes d'origine asiatique. Spécifiquement, la production vidéographique des quatre artistes américaines (Perry, Minaj, Stefani et Lavigne) reconnues pour avoir eu recours à une imagerie japonaise depuis les années 2000 n'a encore jamais été examinée conjointement. Ainsi, notre analyse complète celle de David C. Oh, qui a exposé le discours orientaliste dans la prestation de Perry aux AMA et dans le vidéoclip de « Hello Kitty » de Lavigne. Ces deux « textes » seront replacés, grâce à de nouveaux concepts, à l'intérieur d'un corpus plus vaste qui inclut des vidéos qui n'ont, à

notre connaissance, jamais fait l'objet d'une recherche académique.¹¹ Peu importe sa forme, le vidéoclip¹² vise avant tout à légitimer le travail de l'interprète, à confirmer son talent et son statut de vedette (Railton et Watson 52-61). Il n'est donc pas surprenant que dans les vidéos étudiées, les danseuses et les figurantes japonaises jouent un rôle secondaire. Il convient néanmoins d'observer leurs gestes et les autres procédés employés par les chanteuses et leur équipe de production pour définir l'Autre oriental (ici la femme japonaise), le vouer au silence et parler à sa place. Une attention particulière sera accordée aux costumes et aux décors. Des liens entre les éléments visuels et les paroles des chansons seront relevés lorsque cela est pertinent.

Les paragraphes qui suivent situent les quatre vidéos au cœur des débats à propos de l'appropriation culturelle qui secouent fréquemment l'industrie de la musique populaire américaine. Parmi les vidéoclips récents, l'on compte l'appropriation de la culture égyptienne par Katy Perry avec « Dark Horse » (2014) ou celle de la culture indienne par Iggy Azalea dans « Bounce » et par Coldplay et Beyoncé dans « Hymn for the Weekend » (2016). Selon James O. Young et Conrad G. Brunk, l'appropriation culturelle désigne le fait de prendre quelque chose qui est la « propriété » d'une autre culture. Elle est problématique si elle cause un dommage injustifiable ou constitue une attaque à la viabilité ou à l'identité profonde d'une culture (2-5). L'appropriation du sujet (ou de la voix) est un cas particulier d'appropriation culturelle correspondant à la représentation des membres d'une autre culture, qui ne pose d'ailleurs pas toujours

¹¹ Rachel Matlow a rédigé en 2007 une thèse de maîtrise sur l'appropriation de la culture japonaise par Gwen Stefani. Toutefois, la prestation que nous analysons dans le cadre de cet article n'est pas considérée par Matlow.

¹² Nous considérons que les prestations de Stefani et de Perry, parce qu'elles sont destinées à la diffusion sur Internet et à la télévision respectivement, empruntent la fonction commerciale du vidéoclip, et donc se plient aux mêmes conventions.

problème (Young et Haley 268). En effet, il n'appartient pas aux Japonais de parler du Japon. Pour cette raison, il est primordial d'accorder une attention particulière aux rapports de force historiques et individuels actualisés dans les représentations de la femme japonaise.

3. Pour l'amour de la geisha

Dans un premier temps, l'appropriation de la voix de l'Autre japonaise survient lorsque celle-ci devient un personnage à incarner. Dans ces cas-là, l'artiste brosse un portrait intemporel du Japon, puisant dans les images traditionnelles (geisha, samouraï, shintoïsme, etc.); l'« essence » de l'Autre est alors « à la fois “historique”, puisqu'elle remonte des profondeurs de l'histoire, et fondamentalement “a-historique”, puisqu'elle fige l'être [...] dans sa spécificité inaliénable et non évolutive » (Abdel-Malek 113). Katy Perry et Nicki Minaj s'autorisent à donner une voix à ce passé.

i. Katy Perry et « Unconditionally »

Katy Perry livre un spectacle époustouflant lors des American Music Awards de 2013, sur la scène du Nokia Theater L.A. Live (rebaptisé Microsoft Theater) à Los Angeles. Perry chante sa chanson « Unconditionally » entourée d'une dizaine de danseuses. La prestation incorpore des acrobaties, des éventails géants, des effets stroboscopiques et une pluie de fleurs de cerisier. L'épaisseur des signes de la culture japonaise traditionnelle est impressionnante; on les retrouve dans le détail des costumes, dans l'accompagnement musical (*shamisen* et *taiko*) de même que dans les décors (lanternes, portique shintoïste et écrans projetant des images inspirées de la peinture traditionnelle du Japon). Même la végétation du pays est reproduite sur les

planches. Cette représentation reprend tel quel l'ancien cliché américain d'un Japon romantique, « a far-off island empire that was a fairyland of delicate gardens and paper lanterns » (Asada 27). Sadao Asada affirme que ce cliché provient de l'impression qu'avaient les Américains, au début du XX^e siècle, que le Japon d'avant l'ère Meiji était un pays primitif, simple, en harmonie avec la nature; ainsi, le fantasme de ce « pays des merveilles » traduisait le désir de retrouver un monde « not yet spoiled by the “cruel civilization” of the West » (34). Toutefois, cette représentation d'un Japon paisible est associée à la grâce, la délicatesse et la fragilité; en d'autres mots, elle est féminisée.

Plusieurs aspects de la prestation de Perry corroborent le couple stéréotypé Orient-féminité passive et fragile. Au commencement, Perry est dissimulée derrière un paravent, qui projette sa silhouette. Or, comme l'expliquent Minjeong Kim et Angie Y. Chung, les représentations de la Japonaise hyperféminine servent à exciter le voyeurisme de l'homme blanc américain (75). Devant le paravent, tapies dans l'ombre, deux femmes vêtues de kimonos sont agenouillées. L'une d'entre elles joue du shamisen, tandis que l'autre attend le signal pour glisser le paravent et révéler la vedette à l'assistance. Ainsi, ce sont des symboles d'une féminité douce, docile et discrète, voire invisible, qui inaugurent le spectacle. La chanteuse apparaît enfin, accoutrée d'un pseudo-kimono et imitant les mouvements de la danse traditionnelle des geishas. Oh fait remarquer que son costume évoque une féminité infantile par la prépondérance du rose et les accents mauves et floraux (370). La surabondance des fleurs, qui pleuvent sur la scène et qui ornent même le micro de la chanteuse, amplifie l'aura de féminité fragile que crée la mise en scène.

D'autre part, Oh observe pertinemment que le kimono que porte Perry est contaminé par des éléments caractéristiques du qipao, la robe traditionnelle chinoise, comme l'encolure et l'ouverture le long de la jambe (371). Certes, ces ajustements lui permettent de bouger plus aisément sur scène, mais ont pour résultat une représentation « panasiatique » d'un Orient monolithique; le succès de l'impression japonaise repose sur l'ignorance du public, pour qui les cultures chinoise et japonaise sont interchangeable. « The consumption of Asian culture has never required an accurate comprehension of Asian cultures and histories », écrivent amèrement Kim et Chung (82). Le déguisement final, échancré au-dessus de la poitrine, est, de surcroît, hypersexualisé. À l'opposé, le devant du kimono des danseuses respecte le drapé traditionnel, plus pudique. Le maquillage de celles-ci est également beaucoup plus prononcé : sourcils fortement dessinés au crayon noir, joues roses et ombre à paupières jaune. Les danseuses, d'origines ethniques diverses, sont présentées comme étant plus « orientales » que Perry, qui affiche sa différence par rapport à cet Orient en tant que femme occidentale sexuellement émancipée.

D'ailleurs, les danseuses-geishas ne font pas que se mouvoir en arrière-plan; elles sont là pour servir la vedette : elles accourent vers elle et la suivent à petits pas rapides pour l'encadrer d'éventails rouges et, à la fin de la prestation, tournent le dos à l'assistance pour se prosterner vers l'endroit où Perry disparaît en fumée. Sa présence est ressentie même une fois qu'elle a quitté la scène. Du reste, le geste de prosternation entretient une vision de la femme japonaise soumise. Perry prête sa voix à une Japonaise fictive dans un contexte abreuvé d'idées reçues sur la prétendue féminité de l'Orient, tout en maintenant son individualité et sa force états-unienne. Sa présence est affirmée, tandis

que l'Orient lui-même sert à renforcer cette présence. L'interprète reprend ici l'image classique de la Lotus Blossom, c'est-à-dire de la femme qui est « sexually attractive and alluring and demure, passive, obedient, physically non-imposing, self-sacrificial, and supplicant (especially to white male suitors) » (Ono et Pham 66). À force d'entendre Perry répéter « Unconditional, unconditionally / I will love you unconditionally », le spectateur en vient à associer la femme japonaise, et en particulier la geisha, au don de soi, au sacrifice par amour. Du reste, rien d'autre dans le texte de la chanson ne justifie le thème japonais mis en scène. C'est bien là où le bât blesse : la prestation de Perry perpétue la croyance erronée que les geishas sont des prostituées de luxe. Ce malentendu a pris naissance avec le contact entre les soldats américains et les prostituées, qu'ils appelaient à tort « *geisha-girls* », pendant l'occupation du Japon. Quand ils rentraient à la maison, ces hommes racontaient des histoires sur leurs aventures avec les prostituées, qui sont rapidement devenues emblématiques des geishas et même des Japonaises en général (Akita 12-3). Les sentiments que chante Perry en tant que geisha paraissent encore plus crédibles pour le spectateur, bien familier avec ce discours orientaliste.

ii. Nicki Minaj et « Your Love »

Nicki Minaj, dans le vidéoclip de sa chanson « Your Love », paru en 2010, se met elle aussi dans la peau de la geisha affriolante. La question de l'appropriation culturelle commise par des individus issus de minorités ethniques soulève les passions. Nous pensons, par exemple, au débat récent entourant la chevelure en dreadlocks de Jeremy Lin, un joueur de basketball américain d'origine taïwanaise ayant été accusé d'appropriation culturelle par son confrère afro-américain Kenyon Martin. Par ailleurs, selon Ken McLeod, l'influence de la culture populaire asiatique, et japonaise en

particulier, est plus ressentie dans le monde du hip hop que dans les autres genres musicaux occidentaux et, réciproquement, le rap est aussi très populaire au Japon. Le hip hop et le rap évoluent donc par cycles de métissage et de réappropriations entre l'Est et l'Ouest. Les liens entre les Japonais et les Afro-américains remonteraient à la victoire japonaise sur la Russie au tout début du siècle dernier, « [m]arking the 20th century's first instance of a major victory of a colored nation over a white-dominated one » (263). Or, Nicki Minaj, rappeuse née à Trinité-et-Tobago ayant grandi à New York, a déclaré qu'elle puise une part de son inspiration de la culture japonaise. Reconnue pour ses nombreux alter ego, la rappeuse joue parfois le rôle de la « Harajuku Barbie », qui fusionne les normes de la beauté occidentale et le style vestimentaire coloré et éclectique des jeunes du célèbre quartier de Tokyo (“Nicki Minaj Explains ‘Harajuku Barbie’”). Pourtant, c’est une autre époque du pays du soleil levant que la rappeuse présente dans « Your Love ». Si McLeod affirme que les artistes du hip hop américain s’identifient à la culture japonaise au lieu de la « coloniser » (270), ce vidéoclip perpétue tout de même une image du Japon traditionnel héritée du discours orientaliste.

Le vidéoclip narratif s’ouvre sur un tableau de la chanteuse debout au milieu d’une salle drapée de soie rouge, jambes dénudées et pieds chaussés d’*okobo*, les chaussures portées par les apprenties geishas. La sensualité est ostensible. Immédiatement après, Minaj est une élève dans une école d’arts martiaux, dont les six élèves se pâment devant le maître, joué par Michael Jai White, qui n’a d’yeux que pour la rappeuse. Le spectateur voit ensuite Minaj accoutrée d’une perruque de geisha et d’un haut rouge, dont les manches et le drapé rappellent un kimono malgré le décolleté profond, assorti d’une petite culotte de la même couleur. S’insérant dans la tradition de *Madame Butterfly*, elle

reprend le cliché de la geisha subordonnée à l'homme et capable d'un amour infini alors qu'elle chante des paroles infantilissantes : « You're like a candy store / And I'm a toddler / You've got me wantin' more and mo mo more of / Your love, your love ». Plus tard, devant son prétendant déguisé en samouraï, Minaj gardera les yeux au sol, symbole parfait de féminité soumise et fragile. Encore une fois, ceci correspond davantage à la conception occidentale et erronée des geishas comme prostituées de luxe qu'à la vérité historique. Pourtant, comme le rappelle Said, « il y a le motif de l'Orient comme danger insinuant. La rationalité est minée par le caractère "excessif" de l'Orient » (115). Dans son costume de geisha rouge, les doigts de la main gauche de Minaj sont parés de longues griffes métalliques. L'amoureuse japonaise est lascive et dangereuse, car elle est guidée par sa passion, annoncée par les étoffes écarlates. En effet, torturée par la jalousie, une autre élève de l'école d'arts martiaux, interprétée par une Américaine d'origine antillaise, la tuera d'un coup d'épée. Les deux rivales sont alors affublées de combinaisons noires moulantes évoquant vaguement les *ninja*.

Dans ces conditions, le vidéoclip de « Your Love » illustre les deux clichés contradictoires du Japon qui circulaient dès le début du XX^e siècle aux États-Unis, à savoir l'image romantique de la Lotus Blossom et le « péril jaune », personnifié par la Dragon Lady. D'une part, Minaj, comme Perry, se sert de la féminité japonaise pour raconter une histoire d'amour. Le kimono blanc que porte la chanteuse devant son amant pendant un bref instant puis sa mort tragique consolident ce portrait sentimental. D'autre part, l'ennemie de Minaj et Minaj elle-même, avec ses griffes et son talent martial, incarnent la « Dragon Lady », que Kent A. Ono et Vincent N. Pham décrivent comme étant « untrustworthy, deceitful, conniving, and plotting, and she may use sex or sexuality

to get what she wants, including the object of her sexual desire » (66). Ce modèle de représentation du Japon tire sa source de la crainte ressentie par les États-Unis (nommée « péril jaune ») face à l'impérialisme de cette puissance de l'Est qui s'accélère avec l'invasion japonaise de la Mandchourie en 1931 (Asada 28). Dans le vidéoclip, les deux personnages féminins principaux adoptent non seulement la féminité « orientale » stéréotypée, mais aussi le côté militaire et menaçant du Japon lorsqu'elles se battent en duel.

Du reste, les arts martiaux illustrés dans le vidéoclip sont difficilement identifiables. L'uniforme des apprenties ressemble à celui du kung fu Shaolin, un art chinois. Cependant, les jeunes filles fendent des blocs de béton avec leur main, une pratique sensationnelle (et peu répandue) du taekwondo coréen ou du karaté japonais. L'interchangeabilité des signes asiatiques est mise en évidence par la rime « When I was a Geisha he was a Samurai / Somehow I understood him when he spoke Thai ». Le Japon que Minaj évoque est ouvertement retouché pour créer une image grandiose et sympathique de la vedette; à la fin de la vidéo, celle-ci apparaît comme une femme puissante et émancipée, mais aussi tendre et vulnérable. Ainsi, Nicki Minaj invente la voix de l'Autre en se mettant littéralement dans ses chaussures, tout en privant de parole et de pouvoir d'action les quatre figurantes d'origine asiatique du vidéoclip, qui sont symboliquement absentes. Leur rôle accessoire se limite à contempler avec envie le maître d'arts martiaux et à regarder les deux ennemies jurées casser des blocs de béton.

4. La Japonaise comme accessoire *kawaii*

D'autres musiciennes ont utilisé des Japonaises comme accessoires muets pour agrémenter leurs productions. Il apparaît clairement dans ce type de représentation de

l'Autre que « la relation entre l'Occident et l'Orient est une relation de pouvoir et de domination » (Said 35). Gwen Stefani et Avril Lavigne n'enfilent pas d'habits traditionnels; elles *consomment* plutôt les produits de la culture populaire japonaise contemporaine. Cette tendance s'inscrit dans une nouvelle vague de japonophilie, qui, selon Roland Kelts, se caractérise par un intérêt pour le côté extravagant et futuriste du Japon : mangas, *anime*, Nintendo, Hello Kitty, etc. (5-6). L'Autre japonais est *cool*, et l'artiste qui consomme cette culture est *cool* par procuration.

Il faut comprendre que les cultures populaires japonaise et américaine s'influencent l'une l'autre depuis l'après-guerre. Les bases militaires qui occupent une part non négligeable de l'archipel et les chaînes de restauration rapide, les grandes marques, la musique et le cinéma américains font en sorte que les États-Unis sont très visibles au Japon aujourd'hui (Kelts 4). En même temps, le phénomène *otaku*, qui désigne les passionnés de manga et de dessins animés japonais, a traversé les frontières nationales et existe maintenant en Occident. Pourtant, ces échanges culturels sont déséquilibrés par les forces inégales en jeu. Si l'on considère encore le cas des mangas et des dessins animés japonais, ceux-ci tirent en fait leur origine des bandes dessinées et des dessins animés américains qui ont été introduits au Japon entre les années 1950 et 1970 puis ont subi plusieurs transformations, aboutissant vers un produit à l'allure typiquement japonaise. Cet exemple d'hybridation culturelle, selon Hiroki Azuma, est intimement lié à la position d'« extrême infériorité » du Japon au lendemain de la Seconde Guerre mondiale : « [A]près la disparition du “beau vieux Japon” à la suite de sa défaite dans la guerre, il s'agit de recréer un pseudo-Japon à partir d'éléments venus d'Amérique » (27-9). Par conséquent, il est impératif, dans le cadre de notre analyse, de garder à l'esprit le

contexte dans lequel se réalisent les appropriations de la culture japonaise, bien qu'elles puissent paraître réciproques.

i. Gwen Stefani et « Harajuku Girls »

Gwen Stefani s'est présentée comme une grande japonophile depuis la sortie de son album *Love. Angel. Music. Baby.* en 2004, dont le titre fait référence aux noms de scène de ses quatre danseuses japonaises, les Harajuku Girls, qui la suivaient en tournée et même en entrevue. « Harajuku Girls » est d'ailleurs une chanson de l'album, que la chanteuse californienne a interprétée en 2004 à *Sessions@AOL*. L'enregistrement fait office de vidéoclip, car il a été réalisé en studio dans le but d'être diffusé sur Internet.

Au début de la prestation, la vedette est assise sur un trône sur lequel sont accrochées une couronne et une fourrure d'hermine. Elle tient dans ses mains un sceptre. Autour de Stefani, les Harajuku Girls sont les fidèles sujets qui viennent compléter ce tableau royal. Celles-ci prennent bien soin de ne pas regarder la caméra, de manière à effacer leur présence au profit de leur reine. Puis, Stefani est debout au centre de la pièce, dont le mur du fond reproduit le motif de la fourrure d'hermine, tandis que les Japonaises se prosternent devant elle. Si la domination de Stefani n'était pas déjà suffisamment évidente, les minuscules danseuses ont un bon pied de moins que la chanteuse, perchée au sommet de chaussures très hautes. L'équilibre dans les échanges n'est visiblement pas recherché. Dès la première ligne, « There's me, there's you », un mur infranchissable entre l'Occident et l'Orient est érigé. Le reste de la prestation se déroule en conformité avec un discours orientaliste établissant clairement la distinction entre « nous » et « les autres ».

En outre, les Harajuku Girls portent toutes le même uniforme d'écolière gris et n'arborent pas le style extravagant que Stefani vante dans sa chanson – « Harajuku Girls you got the wicked style », chante-t-elle. En fait, cette sous-culture vestimentaire est très complexe et se subdivise en de nombreux styles, incluant l'esthétique *kawaii*, que Christine R. Yano qualifie de « *cute overload* », soit un amalgame d'accessoires excentriques et colorés (barrettes cache-oreilles, chaussettes, sacs, poupées, etc.), le rose étant particulièrement prisé (681). Les Harajuku Girls, dans la prestation à *Sessions@AOL*, sont plutôt habillées à la mode *kogal* (écolière). L'écolière est d'ailleurs reconnue pour faire l'objet d'un fétichisme sexuel au Japon; elle est bien présente dans la pornographie et le *hentai*, de même que dans l'industrie du sexe (Miller 227). Ce fétichisme des jeunes filles par des hommes d'âge mûr porte le nom de *rorikon*, ou « complexe de Lolita ». Or, il existe également un style *rorii* (ou « Lolita »), qui s'inspire des vêtements des poupées victoriennes. Les jeunes Japonaises qui adoptent cette mode font preuve d'une grande créativité et y apportent toutes sortes de variations : Lolita « sweet », punk, gothique ou grotesque, cette dernière étant habituellement recouverte de faux sang et de bandages. En exagérant la féminité ou en inventant une esthétique subversive de l'« anti-*kawaii* », elles critiquent, parodient et transforment les normes de genre qui leur sont imposées (21-3). Rachel Matlow résume bien l'importance sociale de la mode dont parle Stefani : « Cute culture is about avoiding controlled societal adult obligations, prolonging youth, and rebelling from the moral demand of self-discipline. [...] [I]t is also an active form of empowerment and agency » (65). Dans ces conditions, il est significatif que le style affiché par les danseuses de Stefani soit celui qui est le plus directement associé à une sexualité juvénile (la *kogal*), tandis que Stefani elle-même

incorpore à sa tenue des éléments de la Lolita, comme le bleu pastel et les jarretelles. Il ne reste que les grandes boucles dans les cheveux des Harajuku Girls pour signaler un soupçon d'expérimentation esthétique.

Said note pertinemment que l'Autre est le « rival culturel » de l'Occident (30). La musicienne est en train de livrer « a ping-pong match between Eastern and Western », comme le dit la chanson : pour gagner le concours de mode contre les Japonaises, elle doit s'approprier la culture et dépouiller l'Autre de sa parole et de son pouvoir d'action. Les Harajuku Girls sont donc, selon l'expression de Said, « des ombres muettes » que Stefani doit « animer, amener à la réalité » (359). Par exemple, vers le milieu de la prestation, les quatre Japonaises se tiennent immobiles, puis s'animent au toucher de Stefani, répondant à ses ordres : « Work it, express it, live it, command your style / Create it, design it. » Ceci donne l'impression au spectateur que les danseuses existent seulement dans le regard de la vedette. Cette dernière est aussi en position d'accorder ou de retirer le droit de parole aux Japonaises. Toutefois, quand Stefani tend le micro à l'une d'elles, ce sont des mots préenregistrés que l'on entend (« *Super kawaii* »), comme si elle était une adorable marionnette de ventriloque. Matlow constate que « Stefani's fetishization of her Harajuku Girls [...] reinforces old-fashioned Orientalist ideas of Asian women as exotic, subservient, mysterious, sexual, docile, and homogeneous » (27). Si Stefani est réellement une fan de la culture japonaise, pourquoi ne laisse-t-elle pas ses danseuses prononcer les mots en japonais ou s'exprimer par leur style?

ii. Avril Lavigne et « Hello Kitty »

Le vidéoclip de la chanson « Hello Kitty » d'Avril Lavigne, filmé à Tokyo et paru en 2014, rappelle les Harajuku Girls aux spectateurs qui se souviennent des années de

gloire de Gwen Stefani. Il est vrai que Lavigne est canadienne, mais, étant donné qu'elle a déménagé aux États-Unis après ses études secondaires pour embrasser sa carrière de chanteuse, il est tout à fait acceptable d'envisager sa production musicale au sein de l'industrie musicale américaine.

Ce vidéoclip s'articule en deux parties alternées. D'une part, le spectateur voit une vidéo narrative qui suit le parcours d'une touriste surexcitée à travers Tokyo : Lavigne visite la ville, elle mange des sushis, boit du saké et prend des photos avec son appareil Fujifilm. D'autre part, le vidéoclip simule une prestation, filmée sur un plateau de tournage. David C. Oh a relevé l'excès de féminité infantile dans les décors, qui contribue à l'essentialisation du Japon comme un milieu hyperféminin. Les couleurs sont vivantes et le rose est prépondérant. Partout où se pose le regard du spectateur, il trouve des petits gâteaux, des bonbons, des cœurs ou des ballons gonflés à l'hélium. De plus, les paroles de la chanson participent à l'élaboration de cet univers de préadolescente avec la répétition des mots « *Kawaii* »¹³ et « Hello Kitty », de même qu'avec la référence à un « slumber party » et à une bataille d'oreillers. Oh note également le double sens du mot « kitty », désignant explicitement le personnage célèbre de Sanrio à l'allure féline, mais aussi les organes génitaux féminins (« Come play with Kitty and me ») (374).

En outre, la sexualité infantile qui est représentée dans « Hello Kitty » rappelle étrangement le dialogue entre Mrs. Pinkerton et Cho-Cho-San dans *Madame Butterfly*. Dans le récit de Long, Cho-Cho-San tombe amoureuse d'un officier américain stationné au Japon et donnera naissance à son enfant; entre-temps, l'officier rentre chez lui aux États-Unis. Plus tard, son épouse, Mrs. Pinkerton, ira à la rencontre de la Japonaise pour

¹³ On traduit généralement « *kawaii* » par « mignon », mais ce mot est également utilisé dans un sens plus général, se rapprochant de l'anglais « *cool* ».

récupérer l'enfant. La femme blanche s'adresse à son interlocutrice en ces termes : « “How very charming – how *lovely* – you are, dear! Will you kiss me, you pretty – *plaything!*” » (cité dans Yoshiharai, *Embracing the East* 4). Le vocabulaire de « Hello Kitty » est très similaire : « Don't go Kitty Kitty / *Play* with me [...] / Hello Kitty, you're so *pretty*. » Cette façon condescendante de s'adresser à l'Autre comme l'on s'adresse à un enfant, tout en reconnaissant le pouvoir séducteur de son innocence, est déroutante. La chanteuse se place au-dessus de son interlocutrice, qu'elle prend pour un jouet dans un « terrain de jeu exotique » (Oh 374).

En plus d'être féminisé, infantilisé et sexualisé, le Japon représenté dans le vidéoclip de Lavigne est déshumanisé par la présence de quatre danseuses japonaises identiques dont le visage n'affiche aucune expression. Leur costume, constitué d'une perruque rouge foncé, d'un chandail à manches longues blanc, d'une culotte courte bleue, de bas nylons roses et de bretelles assorties, ne tient pas spécifiquement de la mode japonaise. À l'opposé, l'esthétique punk de Lavigne est visiblement révisée pour inclure des éléments du style Lolita (mèches pastel, jarretelles, petits gâteaux sur la jupe). Comme Perry et Stefani, Lavigne marque sa différence par rapport à l'Orient. Elle expérimente avec la culture japonaise, arrachée du dos de ses danseuses. Celles-ci n'ont pas d'identité propre ni de pouvoir d'action. De plus, leurs mouvements robotiques contrastent avec les gestes beaucoup plus fluides et « vivants » de la vedette. Par conséquent, l'image de l'Autre japonaise qui est offerte au spectateur confirme le discours « techno-orientaliste » qui présente le Japon comme un pays froid et insensible, peuplé de travailleurs obsédés par la technologie et par l'efficacité. Il s'agit, en vérité, de la version contemporaine du « péril jaune » : durant la deuxième moitié du XX^e siècle, le

pays a maintenu « an image of technological progressiveness and mastery that has outstripped that of [...] almost any other nation », ce qui en fait le rival des États-Unis (McLeod 260). L'image prémâchée d'un Japon robotique implique la « supériorité » de la chanteuse par rapport à l'Orient, qu'elle enferme de son regard. C'est ce que suggère l'épisode où elle photographie ses danseuses, qui auront enfin l'occasion de voir l'image que l'Occidentale se fait d'elles – ce qui leur décroche un bref sourire, le seul de tout le vidéoclip.

Lavigne cherche avant tout à vendre *sa* chanson, qui est le but de tout vidéoclip; elle n'a donc pas intérêt à faire de la publicité pour la culture populaire japonaise. De ce fait, l'Autre en est exclu. Bien que le vidéoclip ait été filmé à Tokyo, le résultat final laisse très peu voir la mégapole; c'est plutôt dans un studio que la plupart des scènes se déroulent. Les Japonais eux-mêmes sont significativement sous-représentés. Il n'y a aucun client dans le magasin de bonbons ni dans le restaurant que Lavigne visite. Le spectateur aperçoit un cuisinier dans le restaurant, mais son visage est presque invisible, car sa tête reste penchée sur son ouvrage. En revanche, vers la fin du vidéoclip, la chanteuse est montrée à la tête d'une procession dans la rue, suivie de près par ses danseuses impassibles, puis par quelques figurantes japonaises. Ces dernières sont toutefois embrouillées, car Lavigne remplit la quasi-totalité du cadre. Il devient évident que les Japonaises sont pour la vedette un moyen simple et efficace pour faire ressortir sa popularité. De cette façon, Oh tombe dans un piège lorsqu'il conclut que l'accumulation exagérée des images stéréotypées du Japon dans la vidéo « becomes a critique of the U.S. popular imagination of Japan as a postmodern, techno-Orientalist space » (376). Lavigne, en englobant l'esthétique *kawaii* de manière à offrir un produit nouveau et alléchant à

son public occidental, ne donne pas la chance à Tokyo et à ses habitantes de dévoiler leurs attraits.

5. Conclusion

L'analyse de quatre vidéoclips et prestations de chanteuses populaires américaines a montré que la représentation des femmes japonaises est encore de nos jours calquée sur le modèle orientaliste qui s'est développé au tournant du XX^e siècle. Katy Perry, Nicki Minaj, Gwen Stefani et Avril Lavigne offrent toutes à leur public occidental une image hyperféminine et sexualisée du Japon. Celui-ci devient un accessoire qui leur permet s'affirmer en tant que femmes occidentales émancipées, mais aussi de se différencier des autres artistes qui leur font compétition. Comme l'explique bell hooks à propos de l'appropriation culturelle :

Within current debates about race and difference is the contemporary location [...] that there is pleasure to be found in the acknowledgment and enjoyment of racial difference. [...] Within commodity culture, ethnicity becomes spice, seasoning that can liven up the dull dish that is mainstream white culture. (21)

En particulier, l'appropriation vocale et la réification de la féminité japonaise à des fins pratiques s'effectuent suivant deux modèles. Premièrement, Perry et Minaj recyclent une image romantique du Japon prémoderne en prenant l'habit de la geisha, qu'elles associent à un amour pur, inconditionnel et tragique. Dans ces cas-là, les chanteuses ne se soucient guère de la vérité historique, car c'est leur propre vision fantasmagorique du pays du soleil levant qui est mise à profit pour exprimer leur individualité. Deuxièmement, Stefani et Lavigne se tournent plutôt vers un Japon contemporain, qui apparaît comme le rival culturel menaçant des États-Unis. Pour cette

raison, l'Autre orientale doit être domptée et bâillonnée. Tout en intégrant à leur esthétique personnelle les produits originaux de la culture populaire japonaise, elles s'entourent de danseuses asiatiques homogènes, silencieuses et dociles. Dans tous les cas, les Japonaises elles-mêmes sont quasi absentes des vidéoclips et des prestations; on les dépouille de leur culture et de leur pouvoir créateur. Le dialogue entre l'Est et l'Ouest est impossible, car la distinction entre les deux est constamment réitérée.

Bien entendu, cette étude comporte ses limites. Elle a fait allusion à la complexité des échanges culturels entre le Japon et les États-Unis et a résumé l'origine des grands préjugés américains à l'égard de leur rival oriental. Néanmoins, il n'a pas été question de l'image auto-orientaliste que le Japon exporte de façon volontaire. En effet, le gouvernement japonais fait face à certaines critiques, car on lui reproche de miser sur la culture des jeunes, en particulier l'esthétique *kawaii* hyperféminine, dans sa politique internationale (Yano 684-5). Par exemple, en 2009, le ministère des Affaires étrangères a nommé trois femmes au poste de « Trend Communicators of Japanese Pop Culture », surnommées les ambassadrices du *kawaii* et incarnant les trois styles vestimentaires emblématiques de la culture des jeunes : la *kogal*, l'adolescente de Harajuku et la Lolita (Miller 20). Dans ces conditions, il conviendrait de comparer les représentations de la femme japonaise dans les vidéoclips américains avec l'image de leur propre féminité que proposent les chanteuses populaires du Japon. Par ailleurs, d'autres types d'appropriation culturelle par l'industrie de la musique populaire américaine pourraient être étudiés à titre comparatif. Par exemple, la culture chinoise inspire elle aussi un grand nombre d'artistes. C'est le cas notamment de Coldplay et de Rihanna dans leur vidéoclip de « Princess of China » (2012) et de John Mayer avec « Still Feel Like Your Man » (2017).

L'appropriation culturelle dans les vidéoclips suscite à tout coup des débats chaleureux. Il ne faut pas oublier que les chanteurs et les chanteuses, sans être nécessairement mal intentionnés, savent que la controverse fera augmenter les ventes de leurs albums. Difficile de dire alors si les stéréotypes orientalistes sont toujours fermement enracinés dans l'industrie musicale américaine ou s'ils ne subsistent qu'à des fins publicitaires.

Bibliographie

- Abdel-Malek, Anouar. "L'orientalisme en crise." *Diogène*, no 44, 1963, p. 109-42. *ProQuest*, <https://search-proquest-com.proxy.bib.uottawa.ca/docview/1311687824?accountid=14701>. Consulté le 18 novembre 2017.
- Akita, Kimiko. "Bloopers of a *Geisha*: Male *Orientalism* and Colonization of Women's Language." *Women and Language*, vol. 32, no 1, 2009, p. 12-21. *EBSCOhost*, search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=cms&AN=43897427&site=ehost-live. Consulté le 18 novembre 2017.
- Asada, Sadao. *Culture Shock and Japanese-American Relations: Historical Essays*. University of Missouri Press, 2007.
- Azuma, Hiroki. *Génération Otaku: Les enfants de la postmodernité*. Traduit par Corinne Quentin, Hachette Littératures, 2008.
- "Avril Lavigne - Hello Kitty." *YouTube*, publié par AvrilLavigneVEVO, 23 avril 2014, <https://www.youtube.com/watch?v=LiaYDPRedWQ>.
- "Gwen Stefani – Harajuku Girls." *YouTube*, publié par xMaud1990O, 25 juillet 2011, <https://www.youtube.com/watch?v=qecNL1266ms>.
- Harootunian, Harry D. "America's Japan / Japan's Japan." *Japan in the World*, sous la direction de Masao Miyoshi et Harootunian, Duke University Press, 1993, p. 196-221.
- hooks, bell. *Black Looks: Race and Representation*. Between the Lines, 1992.
- "Katy Perry - Unconditionally (AMA's 2013)." *YouTube*, publié par Juan Pablo Gómez, 24 novembre 2013, <https://www.youtube.com/watch?v=iXqcjgX-I9E>.
- Kelts, Roland. *Japanamerica: How Japanese Pop Culture Has Invaded the U.S.* Palgrave Macmillan, 2006.

- Kim, Minjeong et Angie Y. Chung. "Consuming Orientalism: Images of Asian/American Women in Multicultural Advertising." *Qualitative Sociology*, vol. 28, no 1, 2005, p. 67-91. *Scholars Portal*, doi:10.1007/s11133-005-2631-1. Consulté le 18 novembre 2017.
- Kinsella, Sharon. "What's Behind the Fetishism of Japanese School Uniforms?" *Fashion Theory*, vol. 6, no 2, 2002, p. 215-38. *EBSCOhost*, search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=asu&AN=32719273&site=ehost-live. Consulté le 18 novembre 2017.
- Matlow, Rachel. *Love. Appropriation. Music. Baby.: Gwen Stefani and her Harajuku Girls*. Thèse de maîtrise, Concordia University, 2007. *ProQuest*, <https://search-proquest-com.proxy.bib.uottawa.ca/docview/304795792?accountid=14701>. Consulté le 18 novembre 2017.
- McLeod, Ken. "Afro-Samurai: Techno-Orientalism and Contemporary Hip Hop." *Popular Music*, vol. 32, no 2, 2013, p. 259-75. *Scholars Portal*, doi:10.1017/S0261143013000056. Consulté le 19 décembre 2017.
- Miller, Laura. "Cute Masquerade and the Pimping of Japan." *International Journal of Japanese Sociology*, vol. 20, no 1, 2011, p. 18-29. *Scholars Portal*, doi:10.1111/j.1475-6781.2011.01145.x. Consulté le 18 novembre 2017.
- "Nicki Minaj Explains 'Harajuku Barbie.'" *YouTube*, publié par HipHopStan.com, 9 août 2009, <https://www.youtube.com/watch?v=xkL2r2x6EFg>.
- "Nicki Minaj - Your Love." *YouTube*, publié par NickiMinajAtVEVO, 3 août 2010, <https://www.youtube.com/watch?v=pSFyrrhKj1Q>.
- Oh, David C. "'Turning Japanese': Deconstructive Criticism of White Women, the Western Imagination, and Popular Music." *Communication, Culture & Critique*, vol. 10, no 22, 2017, p. 365-81. *Scholars Portal*, doi:10.1111/cccr.12153. Consulté le 18 novembre 2017.
- Ono, Kent A. et Vincent N. Pham. *Asian Americans and the Media*. Polity Press, 2009.
- Railton, Diane et Paul Watson. *Music Video and the Politics of Representation*. Edinburgh Scholarship Online, 2012. *University Press Scholarship Online*, doi:10.3366/edinburgh/9780748633227.001.0001. Consulté le 18 novembre 2017.
- Said, Edward W. *L'orientalisme : L'Orient créé par l'Occident*. Traduit par Catherine Malamoud, Éditions du Seuil, 2005.
- Sartre, Jean-Paul. *L'être et le néant : Essai d'ontologie phénoménologique*. Gallimard, 1980.

Yano, Christine R. "Wink on Pink: Interpreting Japanese Cute as It Grabs the Global Headlines." *The Journal of Asian Studies*, vol. 68, no 3, 2009, p. 681-8. *Scholars Portal*, doi:10.1017/S0021911809990015. Consulté le 18 novembre 2017.

Yoshihara, Mari. *Embracing the East: White Women and American Orientalism*. Oxford University Press, 2003.

———. "The Flight of the Japanese Butterfly: Orientalism, Nationalism, and Performances of Japanese Womanhood." *American Quarterly*, vol. 56, no 4, 2004, p. 975-1001. *JSTOR*, <http://www.jstor.org/stable/40068292>. Consulté le 19 novembre 2017.

Young, James O. et Conrad G Brunk, directeurs. *The Ethics of Cultural Appropriation*. Wiley-Blackwell, 2009. *Wiley Online Library*, doi:10.1002/9781444311099. Consulté le 18 novembre 2017.

Young, James O. et Conrad G. Brunk. Introduction. Young et Brunk, p. 1-10.

Young, James O. et Susan Haley. "'Nothing Come from Nowhere': Reflections on Cultural Appropriation as the Representation of Other Cultures." Young et Brunk, p. 268-89.