

Masculinité, otakus et amour : Transformation de la masculinité et rejet des relations  
amoureuses chez les jeunes hommes japonais

Sébastien B. Goyette

Déposé à l'école d'études sociologiques et anthropologiques

Directeur professeur Vincent Mirza

Université d'Ottawa - University of Ottawa  
mai 2019



## Table des matières

Introduction .....	1
Méthodologie .....	1
Problématique.....	2
Chapitre 1 : Cadre théorique.....	3
1.1 Hégémonie.....	3
1.1.1 Pouvoir idéologie-hégémonie.....	7
1.1.2 Hégémonie de la masculinité et relation de travail.....	10
1.2 Crise économique et division sexuelle du travail .....	12
1.3 Transformation des relations hommes femmes .....	15
1.4 Transformation de la masculinité.....	17
Chapitre 2 : Masculinité & Hégémonie .....	20
2.1 Le genre masculin .....	20
2.2 Masculinité hégémonique.....	22
2.3 L'affect du salaryman .....	24
Chapitre 3 :Création de mondes imaginaires.....	26
Chapitre 4 : Développement économique d'après-guerre et genèse du salaryman .....	28
4.1 Naissance des conflits.....	28
4.2 Les relations de travail.....	32
4.2.1 Gestion interne.....	34
4.3 La domination sociale du Salaryman.....	35
4.3.1 La femme japonaise, reine de la maison.....	41
4.4 Travail précaire et solitude.....	42
Chapitre 5 : Amour et sexualité .....	50
5,1 : les relations de couples .....	50
5.2 en chiffres .....	52
Chapitre 6 : Otaku et moe.....	53
6.1 La culture des Aidoru.....	53
6.2 L'idole comme image .....	54
6.2.1 Les idoles virtuelles .....	55
6.3 Que sont les otakus .....	55
Conclusion.....	62
BIBLIOGRAPHIE.....	66



## **Masculinité, manga et amour :**

### **Transformation de la masculinité et rejet des relations amoureuses chez les jeunes hommes japonais**

#### **Introduction**

Le sujet de cette recherche peut trouver naissance dès mon enfance où mon attrait pour le manga et les animations japonais a débuté. Mon attrait pour la culture populaire japonaise n'est pas récent, mais l'idée dans faire un domaine d'étude possible m'a été présenter que récemment. Ainsi, il est possible de remettre en action les histoires qui m'ont diverti dans un contexte anthropologique, il m'apparaît nécessaire de pouvoir incorporer un fragment de plaisir et de récréatif dans les textes. L'attrait pour l'étude de la masculinité peut être attribué à une « réponse » à toutes les études de genre et féministe. Alors que le sujet de l'homme était passé sous silence, les sciences sociales étudiant l'Homme en tant que genre humain, sans distinction des sexes et des genres.

#### **Méthodologie**

Cette recherche est inspirée par la parution d'éditoriaux publiés dans des journaux tels que *The Guardian* ou *The Washington Post*, textes qui ont été publiés sur leurs sites web respectifs. En plus, de vidéos, disponibles sur la plate-forme *YouTube*, mise en ligne par le magazine *Vice*.

Alors que les informations et les données sur lesquels je base mon développement et mon argumentation viennent d'une revue de littérature portant sur les thèmes de la crise économique au Japon, le travail d'entreprise au Japon puis la masculinité partager en deux sous-thèmes les salarymans japonais, les otakus et le moe. En plus d'avoir recours à des concepts tels que l'hégémonie, la masculinité, l'affect et l'imaginaire.

Certaines données ont été tirées de visionnement de publicités sous-titrées dont il sera question ou encore les différentes formes de médias visuels tels les animés ont été visionné grâce à une multitude de sites internet, entre autres *YouTube* où il est possible d'accéder à des compilations de publicités qui reflètent la vie des salarymans ou des femmes.

### Problématique

Plusieurs médias de l'information en Occident, en autre *Vice*, *The Washington Post* et *The Guardian*, ont tous publié depuis 2013 des articles concernant le phénomène de « *sekkusu shinai shokogun* » décrit dans la presse japonaise qui se traduit librement par le syndrome du célibataire, qui selon moi, a peu été étudié dans les sciences sociales. Selon l'article du *The Guardian*, affirme que « *Japan's under-40s appear to be losing interest in conventional relationships. Millions aren't even dating, and increasing numbers can't be bothered with sex. For their government, 'celibacy syndrome' is part of a looming national catastrophe* » (Haworth, 2013). De plus, l'article fait part de données recueillies par le *National institute of population and social security research* selon le sondage 61 % des hommes non mariés et 49 % des femmes entre 18 et 34 ans ne sont pas dans une relation conjugale.

De plus, selon un sondage de la compagnie d'assurance *Meiji Yasuda Life* 30 % des hommes non mariés et trentenaires n'auraient aucune forme d'expérience amoureuse et la même proportion des jeunes dans la vingtaine ont autant peu d'expériences en ce qui concerne les fréquentations amoureuses. En ce qui attrait de façon plus directe à la question de la sexualité, le tiers des jeunes en âge d'avoir des enfants, soit entre l'âge de 18 et 34 ans,

selon « The Fourteenth Japanese National Fertility Survey in 2010: Attitudes toward Marriage and Family among Japanese Singles » réalisé par le *National Institute of Population and Social Security Research* affirme que 39 % des femmes et 36 % des hommes ayant répondues au sondage n'ont jamais pris part à l'acte sexuel.

De nombreuses études ont été effectuées afin d'observer les sujets du mariage et du travail chez les jeunes femmes japonaises, mais qu'en est-il chez les hommes.

Partant de ce constat cette recherche vise à examiner les effets de la fin du modèle hégémonique masculin du *salaryman* sur les représentations de la masculinité afin de mieux comprendre le rejet de la vie de couple chez les jeunes hommes, en faveur d'une attirance envers les mondes et personnages imaginaires.

## **Chapitre 1 : Cadre théorique**

### **1.1 Hégémonie**

Le concept d'hégémonie n'est pas une notion univoque, le terme comporte plusieurs définitions selon le domaine d'étude précis dans les sciences sociales. Cependant, les chercheurs, peu importe le contexte dans lequel le concept est utilisé, sont unanimes sur son origine. Le terme ayant été développé en premier lieu par Antonio Gramsci dans les *Cahiers de prison* qu'il a écrits entre 1929 et 1935 alors qu'il était emprisonné par le régime fasciste italien. Comme le démontre Kutz (1996:104), les différentes utilisations et interprétations du concept d'hégémonie dans les multiples domaines que forment les sciences sociales sont aux antipodes de la théorie originelle. Dans le présent texte, je présenterais un rappel historique de l'évolution du terme et comment

celui-ci est applicable dans le cas présent. Gramsci met au point ce que l'on peut appeler théorie dans le cadre d'une affinité avec le courant marxiste. Mais selon Hall (1986:5), Gramsci transforme les théories marxistes, les adaptant pour une meilleure analyse des relations sociales du 20e siècle. Il est important de comprendre que l'utilisation du terme « théorie hégémonique » est utilisée dans son sens large. La définition de base que Gramsci appose à sa théorie d'hégémonie est que l'Homme n'est pas uniquement contrôlé par une forme de pouvoir coercitif qui lui est imposé, mais aussi par des idées (Kutz, 1996:106). Ce qu'il reprend des propos de Marx, qui affirmait que les idées dominantes sont construites et mises en action par la classe dominante. (Hall ; 1986:7) Ce qui mène Hall à affirmer que Gramsci fait une critique de la pensée marxiste qui selon lui affirme que toutes les dimensions sociales comme un reflet de l'économie, donc sans force structurante ou déterminante. (Hall, 1986:7 -8). En somme Gramsci fait le rejet du lien qu'il y a entre la loi objective du développement historique et les lois de la nature, ce qui affirme une sorte de prédéterminisme dans l'histoire. L'économie ne serait donc pas la base pour la diffusion des façons de penser ou de voir qui influence une société (Hall, 1986:10). L'hégémonie est la théorie utiliser comme base de la composition des relations entre l'État et la société, il y a administration selon le consensus des propos et des idées du groupe dominé, ce qui requiert l'appropriation et la naturalisation des idées des dominants. Ce qui engendre à réaliser la différence entre « sociétés civiles » et « société politique » (Kurtz ; 1996 ; 107).

La première regroupant des organismes privés tels que l'école, l'Église, les journaux et les partis politiques, ces lieux où un germe de conscience sociale et politique est implanté dans l'esprit. Alors qu'à l'opposé, la « société politique » ou État est représenté par les institutions publiques

telles que le gouvernement, la police, la justice et l'armée sont les outils pour mettre en place un pouvoir coercitif, une domination directe. C'est grâce à ces deux sociétés, civile et politique, que le groupe dominant impose son pouvoir sur les autres membres de la communauté. Cependant, elles établissent la domination de façon différente l'une de l'autre, comme précédemment, présenter la « société civile » est le lieu principal où les idées sont en supériorité. Les intellectuels, de par les lois, l'école ou encore les médias imposent leurs visions sur les dominés. Assurant ainsi que la masse obéisse à l'ordre et à la loi, ce que Gramsci qualifie comme une domination morale et intellectuelle. Il est impossible de mettre en action cette domination de façon passive, l'État impose sa vision de façon coercitive et punir les marginaux. Donc, selon les écrits de Gramsci, consentement et coercition complètent et dépendent l'un de l'autre, la force est l'instrument utilisé lorsque les groupes détenant l'hégémonie n'ont plus le contrôle (Kurtz, 1996 ; 106-107).

Il est cependant important de noter que l'hégémonie est une direction consciente mise en place et encouragée par un centre hégémonique, le gouvernement, afin de former une unité politique et culturelle avec les autres membres de la communauté. De plus, la mise en place d'un cadre hégémonique particulier à un groupe et à un moment ne se fait pas sans résistance. Cela se fait par interactions entre deux groupes qui se forment à travers cette division des idées. Pour que les fondements de cette hégémonie soient dus au résultat de cette divergence et du pouvoir qui est favorable à l'un des groupes. Mais comme Hunt le présente, la classe dominante doit prendre en considération les idées et les intérêts du groupe dominé (1990 ; 311-312).

Puis, selon Hall, l'hégémonie est présente pour une durée limitée. Cette situation d'unité et de stabilité idéologique constamment être maintenu, et ce sont les moments de crise qui annonce la

fin de cette période de domination (Hall 1986; 15). Les périodes de crise étant les moments où le monde hégémonique et le monde réel. Ce n'est que lorsque ce qui est naturalisé peut être remis en question que l'on passe de l'hégémonie à un conflit idéologique. Donc comme il en a été question précédemment, hégémonie et idéologie sont interdépendantes, mais ils sont les extrêmes du même ensemble. Comme le décrivent Comaroff et Comaroff

Hegemony, we suggest, exists in reciprocal interdependence with ideology: it is that part of a dominant worldview which has been naturalized and, having hidden itself in orthodoxy, no more appears as ideology at all [...] If hegemony and ideology are two modalities within a cultural field—two tendencies whose relative proportions and substance are constantly liable to shift—it follows that they are best visualized as the ends of a continuum. (1991; pp. 27-28)

Ce n'est que lorsque placer dans la même culture ce qui différencie les deux pôles est la conscience et les représentations propres ont l'Homme. Le savoir social et l'expérience ce situent sur ce que les Comaroff appelés une « *chain of consciousness* », chaque bout de cette chaîne représente d'un côté la tringle des idées et de l'autre la tringle de l'hégémonie.

C'est sur cette chaîne, entre les deux pôles, qu'il est possible de percevoir l'ambivalence du monde, ces situations qui sont impossibles pour les individus ou les communautés à interpréter. Cependant, il est aussi possible d'y observer la naissance de nouvelle perception du monde qui entraîne le changement social, « [...] it is also the realm from which emanate the poetics of history, the innovative impulses of the bricoleur and the organic intellectual, the novel imagery called upon to bear the content of symbolic struggles. » (Comaroff et Comaroff, 1991 : 29)

Comme il en a été précédemment question, l'alliance dut aux conflits entre dominants, les intellectuels, et les dominés qui ont la possibilité de mettre en place leur propre vision du monde et de mettre en place des outils pour protéger leurs intérêts.

La mise en place d'association et de syndicats permet aux différentes identités collectives, comme les artisans, les ouvriers ou les cadres, d'être défendu par une entité qui leur est propre. Comme Bourdieu le présente « le porte-parole devient le groupe qu'il exprime ne peut être percé que par une analyse historique de la genèse et du fonctionnement de la représentation, par laquelle le représentant fait le groupe qui le fait : [...] par cette procuration. » (Ibid.; 11). Donc les individus en viennent à s'identifier par des organismes inventés historiquement et non par des identités sociales naturelles.

L'hégémonie est donc le sens et les valeurs que le groupe dominant impose sur les relations et les pratiques sociales, donc comme Hall (1988; 44) le présente c'est une façon de justifier les différences de pouvoirs et la domination d'un groupe par un autre. Le groupe dominant ayant pouvoir de coercition et pouvoir d'influence, d'un côté il peut imposer ses conditions et de l'autre il peut distribuer des compensations. Sur une période précise, car le pouvoir hégémonique peut par contestation être renversé.

### 1.1.1 Pouvoir idéologie-hégémonie

Les Comaroff ont eux aussi, à leur tour, traité de la question du pouvoir, qu'ils divisent en deux axes dissociés l'un de l'autre. En premiers lieux, il s'agit d'un pouvoir qu'ils qualifient d'explicite. C'est-à-dire que cette forme de pouvoir peut s'adapter, elle peut même configurer les différentes actions et perceptions par le contrôle. Les Comaroff relient dans leur texte (1991) cette forme de pouvoir au concept d'idéologie.

Le deuxième pouvoir est donc, à l'opposé, qualifier d'implicite ou de naturellement incorporer. Étant à l'antipode de l'action directe, ce pouvoir peut être observé à travers les valeurs, les habitudes, les rituels et les contraintes. Puis, cette forme de pouvoir est quant à elle reliée à l'hégémonie. Cependant, qu'il s'agisse autant d'un pouvoir implicite qu'explicite, ces deux formes sont reliées à l'hégémonie. Comme précédemment démontré l'hégémonie étant en lien avec l'idéologie dominante.

Les Comaroff divisent de façon binaire l'hégémonie, divisée en deux pouvoirs, selon le politique ou l'aspect social et culturel d'une société donnée. D'abord le mode « agentive », qu'ils décrivent comme

control over the production, circulation and consumption of things and objects over the making of both subjectivities and realities. [...]But it also immerses itself in the forms of everyday life, forms that direct human perceptions and practices along conventional pathways. (1991; 22)

contrôle que les humains exercent sur les autres. Cependant le fait que le pouvoir soit « naturel » et « ineffable » dépasse l'action humaine même si les intérêts à combler sont propres au genre humain. Alors que le pouvoir en mode « nonagentive » est décrit comme

« [...] saturates such things as aesthetics and ethics, built form and bodily representation, medical knowledge and material production. And its effects are internalized-in their negative guise, as constraints; in their neutral guise, as convention; in their positive guise, as values » (1991; 22).

Il est donc possible, dans cette binarité, de remarquer les distinctions du pouvoir entre d'une part l'idéologie et l'autre l'hégémonie. Ainsi de comprendre le monde social non pas comme fixe, mais fluide et changeant toute fois une structure est aussi présente.

L'idéologie est cependant uniquement l'imposition de modes de domination. Comme Hall ou Comaroff et Comaroff l'ont, présenter l'idéologie est à la fois présent dans la légitimation et dans les luttes de représentation afin de mettre en place une forme de pouvoir supérieur. Selon Hall

By ideology I mean the mental frameworks-languages, the concepts, categories, imagery of thought and systems of representation-which different classes and social groups deploy in order to make sense of, define, figure out and render intelligible the way society works. (Hall, 1986:26).

Puis la mise en place (naissance) de nouvelle représentation du monde social et de conscience qui engendre des luttes pour un changement des idées dominantes. Comme Hall le présente « The object of analysis is therefore not the single stream of 'dominant ideas' into which everything and everyone has been absorbed, but rather the analysis of ideology as a differentiated terrain, of the different discursive currents, their point of juncture and break and the relations of power between them: in short, an ideological complex, ensemble or discursive *formation*. The question is 'how these ideological currents are diffused and why in the process of diffusion they fracture along certain lines and in certain direction.' » (1986; 22)

Alors pour ce qui attrait à l'hégémonie des Comaroff est, comme précédemment présenter, cette polarité entre conscient et inconscient que l'on retrouve sur la « chain of consciousness », mais aussi et plus important, la zone qui se retrouve entre ces pôles, cette zone liminale ou « realm » en leurs mots.

### 1.1.2 Hégémonie de la masculinité et relation de travail

Le système d'emplois japonais est depuis 1945, suite à la Deuxième Guerre mondiale, décrit comme un système d'emplois à vie. Favorisant la création de la classe des *sarariman* composés d'employés de la fonction publique et les travailleurs des grandes entreprises en plus de créer un lien indissociable entre l'employeur et l'entreprise pour laquelle il travaille. La mise en place d'un tel esprit d'entreprise peut être attribuée au système de 1955 composé du politique, de la bureaucratie et des grandes entreprises. Selon Bernier (2002 ; 76), le gouvernement, les élus et la bureaucratie vont mettre sur pied un plan de développement économique suite au retrait du pouvoir militaire par les Américains pour promouvoir la puissance du pays.

Dès 1952 les demandes des syndicats se font plus importantes et engendrent des négociations avec les patrons. Les concessions que les patrons ont accordées aux différents syndicats ont engendré la mise en place du système d'emplois à vie, iconiques à la culture japonaise, protégeant les emplois et permettant, principalement aux cadres et hauts placés de l'entreprise, une fois à l'âge de la retraite, 55 ans, d'être transféré vers une filiale ou un sous-traitant de l'entreprise mère. Le travail à vie, selon Brochier (1965:49) assure que l'entreprise, qui sauf fautes majeures et immorales de l'employeur, ne licencie pas les travailleurs. Alors que les salariés, eux s'engagent à demeurer au sein de la même entreprise. Quitter l'entreprise signifie pour le travailleur un deuxième emploi à un niveau inférieur et moins bien rémunéré. Deuxièmement, les salaires étaient calculés selon l'ancienneté et non selon les compétences. Les entreprises favorisent l'embauche de jeunes dès leur sortie de l'université et offrent la formation spécialisée au sein même de l'entreprise ce qui assure les services des travailleurs pour une seule compagnie (Jolivet:1985). De plus, les contremaitres et les gérants ont le pouvoir d'accorder

certaines faveurs aux employés. Ce qui engendre une relation hiérarchique ressemblant à l'oyoka c'est-à-dire la relation père-fils. Le tout dans le but que les ouvriers développent un sentiment d'appartenance envers le groupe, mais aussi l'entreprise en elle-même. Comme Bernier le présente :

Selon ce modèle, le salarié se sentirait obligé moralement d'être loyal envers son employeur, car ce dernier lui donne un emploi, lui assure la sécurité matérielle, et lui accorde d'autres avantages. On trouverait là la raison pour laquelle les salariés japonais s'identifient à leur entreprise : au Japon, on se définirait comme un employé ou un ouvrier de Mitsui ou de Mitsubishi, sans se définir généralement comme un employé ou un ouvrier. On serait identifié d'abord et avant tout par l'appartenance à une compagnie (ou un ministère) (Bernier, 1979:9)

À l'opposé, l'importance des travailleurs précaires ou journaliers (*hiyatoi*) est souvent ignorée dans les multiples définitions de l'emploi au Japon. Ce groupe est majoritairement composé d'hommes plus âgés qui ont été licenciés d'une grande firme ou encore de femmes qui n'ont plus la tâche de s'occuper des enfants. Ils occupent dans emplois plus manuels, au bas de l'échelle sociale. Les emplois journaliers sont présents dans l'univers du travail depuis une longue période (Bernier, 2009:168). Comme Bernier le laisse entendre, ces hommes occupant des emplois précaires se retrouvent dans une telle situation, car ils n'ont pas suivi le parcours optimal quant à leur éducation (idem:166). Alors que, l'idéal est d'obtenir un diplôme d'une école bien cotée ou une université pour ensuite obtenir un emploi dans la fonction publique ou dans une grande entreprise et devenir un salaryman qui est décrit comme l'image dominante de la masculinité :

For most of the second half of the twentieth century, a white-collar married man and breadwinner, the *salaryman*, who ideally was employed by a large corporation for a lifetime, marked the epitome of

masculine maturity. Although less than 30 percent of gainfully employed Japanese men actually embodied this icon of post-World War II masculinity, many more aspired to it, tried to look and live it, soaked up television, manga, and anime series about it [...] (Frühstück et Walthall, 2011).

C'est donc cette représentation des hommes en tant que *salaryman* qui devient la norme des représentations de la masculinité japonaise, bien que comme les deux auteurs le décrivent seulement 30 % des hommes occupent des emplois qui cadrent avec le modèle idéologique du *salaryman*, c'est cette image qui domine les discours de la société.

Les jeunes passant du stade de mineur ou d'étudiant à la vie adulte ou de travailleur, une fois leur éducation terminée, deviennent des membres actifs de la société (Rohlen (1974) ; Robertson (1995). Maintenant adultes, ils ont des responsabilités envers leurs parents, qui les ont élevés, en plus d'avoir un devoir envers la société pour assurer la prospérité du Japon. C'est en se dévouant à une entreprise que les hommes pouvaient servir la nation ainsi ils peuvent s'accomplir en tant qu'hommes japonais.

### 1.2 Crise économique et division sexuelle du travail

C'est durant les années 1950 jusqu'en 1980 que les banques comme la banque Mitsubishi ou encore la banque *Dai-ichi kangyo* fournissaient le crédit aux grandes entreprises nippones. Comme le pense Bernier, c'est en 1980, alors que le marché japonais s'ouvre aux investissements étrangers, offrant de nouvelles avenues pour les entreprises qui pouvaient s'autofinancer dû à l'augmentation des actions et d'obligations externes et ainsi limiter leur besoin de crédit bancaire. Les banques ont, à leur tour, dû diversifier les institutions à qui elles allouaient le crédit. Selon Bernier :

Dans le cas du financement indirect, les banques ont prêté aux coopératives ou aux caisses de crédit hypothécaire, ces dernières ayant été créées pour financer la construction de maisons et de logements, mais donc le capital a été dirigé graduellement vers les projets spéculatifs, qui paraissaient plus rentables, de construction de tours à bureaux et de centres de loisirs. (2009:197),

Mais, d'autre aspect, tel le changement en ce qui a trait au politique économique du pays et le principe de la « descente du ciel » qui est décrit comme

Un système par lequel les hauts fonctionnaires, après leur retraite obligatoire de la fonction publique à 60 ans, obtenaient un emploi de cadre supérieur dans les entreprises qu'ils avaient auparavant la tâche de surveiller. (Ibid:198).

Ainsi, ces fonctionnaires avaient tendance à être plus accommodants quant aux évaluations des entreprises qui leur assuraient un emploi futur. Puis c'est en 1995, que ce système et les laisser aller qui ont engendré la précarité du système bancaire, que les caisses de crédit hypothécaire, par la suite les banques secondaires et finalement les banques principales ont fait faillite en grand nombre.

L'économie japonaise endommagée et en péril doit opérer de grands changements internes pour se redresser. Le travail en entreprise, qui était un univers masculin doit maintenant s'adapter à un plus grand nombre de femmes. Ces dernières allant même jusqu'à l'encontre de l'ordre établi et des attentes socioculturelles.

Peu de textes anthropologiques ont abordé le sujet du refus de couple du pont de vue masculin. Certains auteurs se sont intéressés à la place de la femme et son refus ou la mise en arrière-plan

du mariage dû au travail (voir par exemple Mirza, 2010). C'est durant la crise économique japonaise des années 90 qu'« Un nombre toujours plus important de jeunes femmes repoussent le moment du mariage ou choisissent de rester célibataires. Cette situation contraste fortement avec l'ordre moral prescrit et la position conservatrice du milieu des affaires et des politiciens. » (Mirza, 2010:66.)

C'est jeunes femmes en repoussant leurs mariages, rejette le modèle en place, qui veut qu'elles s'occupent de la maison et les hommes soient au travail. Comme il le présente, le modèle traditionnel du travail au Japon encourageait le dévouement des hommes à l'entreprise. Alors que les femmes étaient au service de l'entreprise jusqu'à leur mariage, une fois cette relation entamée la femme est encouragée à consacrer sa vie au bien-être de la famille. Il y a donc une importante prise de décision à faire concernant le mariage et l'avenir professionnel de la jeune femme. Elles ont l'option de se marier et ainsi aller fonder une famille après s'être retirées de son emploi ou la deuxième option s'offrant à elles est de repousser le mariage et garder leurs emplois. Cette dernière option étant contre les normes de la société japonaise, qui est maintenue par les dirigeants d'entreprises et la classe politique, qui veulent que les hommes occupent le rôle de gagne-pains et laissant les femmes hors des entreprises, pour les laisser bâtir une famille à la maison.

Le travail précaire atteint son paroxysme suite à la crise économique de 1990. (Bernier. 2009, 174-175) Durant cette période d'instabilité, le nombre de licenciements augmente de façon alarmante. Cette précarité, au paravent limité aux PME ou au secteur de la construction, affecte maintenant un nouveau secteur, celui des services. Les travailleurs précaires anciennement du secteur des services essaient de maintenir et de reproduire le style de vie dominante et attendue

des Japonais, « [...] celui de la famille stable, soit en travaillant de longues heures pour obtenir un revenu décent, soit en cherchant encore un emploi régulier. » (Bernier, 2009:171) Cette crise économique a donc affecté le système de l'emploi au Japon, les entreprises embauchent moins de nouveaux travailleurs, la hiérarchie interne est aussi transformée alors que certains hauts postes de direction sont éliminés. Les travailleurs réguliers étant un coût de plus pour les entreprises, qui grandissent une forme de sécurité d'emplois et de qualité de vie au sein de la firme, la recherche de nouveaux travailleurs n'est donc plus présente, préférant faire appel à des travailleurs journaliers. Mais le transfert des travailleurs vers les sous-traitants est toujours existant et est utilisé pour diminuer la masse de salariés, voir même engager de nouveaux employés avec salaire inférieur et sans sécurité d'emplois. En effet, l'emploi à vie dit « régulier » diminue en faveur de travail à forfait (Chiba et Ueda, 2002 : 24). Il est donc possible de remarquer dès les années 90 un changement majeur alors que le travail hors des grandes entreprises n'est plus appréhendé négativement, mais aussi la plus grande place accordée aux femmes dans les différentes entreprises.

### 1.3 Transformation des relations hommes femmes

Les rôles sociaux des hommes et des femmes furent affectés par la crise économique japonaise de 1990. Romit Dasgupta s'est principalement intéressé aux changements qui ont affecté les hommes dans son texte « The 'lost decade' of the 1990s and shifting Masculinities in Japan ». Il explique que la récession survint lors des années 90 qui engendrent un ralentissement économique, une restructuration des entreprises et une augmentation du chômage. Mais, aussi d'importantes discussions sur les changements culturels.

This included a growing visibility in the public domain of debates about societally dominant discourses of gender, specifically dominant expectations of men. It was really during these years that masculinity as an object of scrutiny really emerged, both in academic and non-academic spaces. (Dasgupta, 2009:80)

Donc, alors que les entreprises procèdent à des licenciements majeurs des employés, principalement des hommes, qui à l'époque sont décrits, comme de classe moyenne, hétérosexuelle et mariée, occupant un emploi de col blanc puis pourvoyeur de sa famille, leur masculinité est alors remise en question. Mais cette remise en question permet aux hommes de s'attarder à des activités qui avant étaient considérées comme non masculines, par exemple le travail de maison ou encore ce qui touche aux enfants, particulièrement l'éducation. Le rôle de l'homme n'est plus uniquement limité à celui de pourvoyeur de la famille. Les divisions entre les genres et leurs rôles dans la société et dans l'unité familiale sont très accentués au Japon. Pour comprendre les changements sociaux, il est impossible d'écarter le rôle de la femme dans les relations interpersonnelles et le changement de leur place dans la famille et l'entreprise.

Par exemple, dans « Precarious Japan » Allison aborde le sujet du « care » autant des enfants que des parents. Les soins sont compris dans une division générée du travail. L'homme étant le gagne-pain qui fournit l'argent à la famille, ainsi la femme est réduite à donner les soins. Mais comme les autres auteurs l'ont démontré, le système de famille-entreprise n'existe plus. Une nouvelle division du travail dans les « caregiving » s'impose. Ce qui engendre une nouvelle division des genres chez les jeunes, autant hommes et femmes peuvent, en théorie, avoir un emploi et autant l'homme que la femme peut s'occuper des enfants ou des aînés.

Puis, l'égard du rôle des femmes, comme le présentent Mirza (2010) et Suzuki (2006) les femmes, suite à la crise économique, se retrouvent à avoir accès à un plus grand registre d'emplois, mais généralement précaire et de soutien. Cette nouvelle occupation et ce pouvoir de consommation encouragent les femmes à repousser l'âge du mariage et la possibilité d'avoir des enfants. Cependant, comme Dubuc (2009) puis Worthley et al. (2009) L'affirment le discours social est encore celui de la femme de foyer qui peut travailler seulement quand ses rôles d'épouse et de mère sont comblés. La mise en place par les entreprises de voies professionnelles à un effet sur les décisions des femmes, le *shogoshoku* qu'il est possible de traduire par carrière et *ippanshoku* qui se traduisent par général. Les femmes qui entreprennent la voie d'une carrière représentent l'abandon du projet familial.

La crise économique affecte les relations hommes femmes et les hommes se retrouvent en plus grand nombre dans des situations de précarité, soit sans emploi, ou des emplois qui ne parviennent pas à faire d'eux les piliers pour soutenir une famille. Alors qu'un nombre restreint de femmes ont enfin accès à des postes plus importants dans les grandes entreprises japonaises, mais pour ce faire elles doivent mettre de côté l'idée du mariage et la fondation d'une famille, car elles se doivent d'être dévouées à leurs carrières, les femmes ne peuvent plus être des femmes au foyer professionnelles, des *Sengyō shufu*.

#### 1.4 Transformation de la masculinité

Suite aux changements observables dans les relations hommes femmes, le rôle social de l'homme et sa masculinité en est transformé, d'autres possibilités s'offrent à lui. L'homme n'est plus dans l'obligation de suivre la norme qu'est celle du *salaryman*. Plusieurs autres formes de

masculinités s'élèvent et sont acceptées par la société, comme celle présentée dans ce texte, les *otakus*. C'est dernier étant mal vu et critiqué par plusieurs dans la société nipponne. Ils ne sont pas suffisamment masculins comparativement à l'image que les *salarymans* représentent.

Le terme *otaku* dans son usage contemporain serait tiré d'un article de 1983 par Akio Nakamori publié dans le magazine « Manga Burikko » qui est une publication de bande dessinée pour adulte (*hentai*). L'aspect péjoratif du terme apparaît dans les médias et dans les reportages sur les crimes de Tsutomu Miyazaki, qui entre 1988 et 1989 mutila et profana quatre jeunes filles. Lui-même admirateur de manga et de jeux vidéo. Puis, plus récemment le terme est utilisé pour décrire les jeunes hommes admirateurs de mangas, d'animés et d'électronique qui ne reproduisent pas les idéaux mis en place par la société japonaise.

Alors que selon Susan Napier, le terme est apparu en réponse à la culture *shojo* qui se caractérise par un phénomène de consommation des jeunes femmes japonaise, entre l'enfance et l'âge adulte. Comme elle le présente « The *shōjo* is essentially nonthreatening, characterized by her presumed charm and sweetness and her attraction to 'cute' goods such as stuffed animals and pretty, feminine accessories that smack of nostalgia for childhood. »(2001:2) Cependant, la société japonaise n'accorde pas les mêmes qualités à ces deux cultures. Cette division est attribuable à l'importance de la technologie et de l'immatériel que les hommes admirent et qui n'est plus représentative de l'ancienne culture et de l'éthos du *salaryman* comparativement à la matérialité des peluches qui attire les jeunes femmes. Le *shojo* étant vu comme quelque chose de léger, inoffensif, alors que les hommes considérés des *otakus* sont qualifiés de façon négative. Ils

sont décrits comme des « nerds » ayant des activités solitaires tels que regarder des animés ou encore les jeux vidéo.

Plusieurs auteurs affirment que les otakus ont une masculinité technologisée de par leur attirance envers la technologie ou les personnages virtuels. Comme le laisse paraître la série télévisée *Densha Otoko*, cette série démontrant à la société qu'il ne faut pas avoir peur de cette nouvelle forme de masculinité et que la technologie aide à soutenir l'amour romantique. De plus, la série aide à faire un pont entre le réel et le virtuel, « At the same time, through its use of appealing and nonthreatening otaku characters, [...] *Densha Otoko* helps lay to rest the fear that these characters are truly Others, lost in an all-encompassing cyberworld that separates them from 'normal' Japanese. »(Napier, 2001:3)

Cependant, plusieurs autres auteurs ont décrit le phénomène des *otakus*, par exemple « In some ways, the image of the Japanese otaku as a geeky, obsessive, socially inept, technologically fluent nerd represents the polar opposite of the image of the gregarious, socializing breadwinner, the salaryman » (Condry, 2011:263). Les auteurs donnent tous une définition semblable de l'otaku, généralement une personne de sexe masculin, dans la vingtaine qui est admirateur de tout ce qui est relatif à la technologie et d'autre part aux mangas (inclus dans cette catégorie : livre, animés et figurines de collections, etc.).

Alors qu'à l'opposé des propos de Susan Napier, Patrick W. Galbraith dans l'introduction de « *Otaku* sexuality in Japan » affirme que le sujet des otakus est apparu dans les médias de masse dans les années 90 alors qu'ils étaient décrits comme ayant des attitudes antisociales, mais aussi

responsables de crimes odieux. Le terme fut alors attribué aux hommes ayant un attrait pour les objets, manga, mais aussi jeux vidéo, mettant en scène le *bishojo*, qui se traduit vaguement à « petite fille mignonne ». Restant principalement dans l'abstrait, c'est-à-dire, comme le présente Galbraith cet attrait demeure envers des personnages immatériels et imaginaires. Puis, Galbraith dans deux articles cite Nakamori (2008), a proposé de leur masculinité déficiente. Affirmant, « 'Otaku' has now been refined to describe failed men who lust after fictional girl characters » (Galbraith, 2015:2010).

De plus, comme Nakamori l'affirme, les jeunes hommes attirés par des personnages, des filles de fiction, ont un manque en tant qu'homme. Les deux textes sont très péjoratifs envers les otakus qui selon l'auteur sont des « failed » men, qui devraient veiller et avoir une vie acceptable. De plus, Mark D West dans l'introduction de son livre « Lovesick Japan: sex, marriage, romance, law » fait état d'un procès ayant eu lieu contre un homme étant attiré par ces jeunes filles qui a cependant lui reproduit le geste dans la réalité. Cette attraction envers les jeunes filles, le mignon et les personnages virtuels peuvent être décrits comme ce qui appartient au *moe*. Le terme d'argot *moe*, vient de la nominalisation du verbe *moeru* qui signifie germer et est homophone du verbe brûler signifiait une passion enflammer envers les jeunes filles mignonnes.

## **Chapitre 2 : Masculinité & Hégémonie**

### 2.1 Le genre masculin

Il est possible de remarquer depuis le milieu des années 80 l'apparition de multiples travaux concernant le genre masculin, et encore plus récemment au Japon, plusieurs chercheurs tels que

Früshück et Walthall, 2011; Gutmann, 1997; Hall et Buchholtz, 1995; Itô, 1993; Robertson et Suzuki, 2003; étudie la masculinité dans ses pratiques et sa construction.

Ce thème se développe dans le vide laissé par les études féministes, dans le but de comprendre la masculinité et les différences de genres. Comme Brod et Kaufman (1994 : 4) puis Hearn et Morgan (1990 : 11) l'avancent dans leurs textes respectifs il ne s'agit pas d'étudier uniquement les différences visibles, mais aussi les systèmes de pouvoir et de domination en faisant la distinction entre sexes et genres. Ces travaux étant principalement axés sur la mise en action et le vécu de la masculinité dans des cultures précises et une époque donnée.

Suivant cette description, trois points doivent être précisés. En premier lieu, il est possible de comprendre qu'une multitude de masculinités selon les différentes cultures et époques existent. Il est donc impératif d'éviter l'essentialisme et les idées réductionnistes qui mettent de l'avant une homogénéité de la masculinité. Au contraire, comme Bourdieu (1982) puis Robertson et Suzuki (2003) le proposent il faut étudier les luttes de représentation de chaque type de masculinité qui se définissent en rapport à la masculinité qui se trouve à être dominante.

Deuxièmement, comme précédemment présenté, il y a une implication, selon le moment historique, il est possible de remarquer une forme de masculinité supérieure aux autres. Il y a donc formation d'une image hégémonique entourant cette masculinité dominante, qui influence dans leurs déterminations les autres masculinités (Ortner, 1996:145; Früshück et Walthall, 2011 : 10-11). Cette masculinité dominante et hégémonique est alors interprétée comme la norme. En contrepartie, il y a marginalisation des membres de la communauté qui ne correspondent pas à cet idéal hégémonique. Les individus marginalisés par cette division occupent des masculinités qualifiées d'alternatives qui peuvent être comprises comme des formes de résistance ou de

compromis envers le groupe dominant. Il est donc possible de décrire la masculinité hégémonique comme une forme de masculinité qui est comprise comme la norme ou l'idéal à atteindre pour les hommes. La myriade de masculinités qu'il est possible d'observer ne doit pas exclure l'existence des formes dominantes de masculinités. Mais comme précédemment démontrer le groupe hégémonique est dominant, non pas par le nombre comme Connell le présente « Hegemonic masculinity was distinguished from other masculinities, especially subordinated masculinities. Hegemonic masculinity was not assumed to be normal in the statistical sense; only a minority of men might enact it. » (2005 : 832). Les individus formant ce groupe sont en position minoritaire en nombre absolu. L'image hégémonique qui est projetée est une représentation de la société réelle, mais cette image à son tour à un effet sur ce réel. Cela doit donc être étudié pour l'aspect normatif de la masculinité dominante.

Troisièmement, les trois grandes institutions; c'est-à-dire l'État, l'école et l'entreprise ont un rôle dans la distribution de l'image normative de cette masculinité dominante. L'État mettant en place des lois qui dictent les relations de genre. L'école qui enseigne aux jeunes les différents rôles que les genres ont au sein de la société. Finalement, l'entreprise qui est le sujet du présent texte.

## 2.2 Masculinité hégémonique

Il est possible de remarquer une abondance de travaux féministes portant sur les femmes au Japon et sur les relations de genres. Alors qu'en contrepartie les études sur les hommes et sur la masculinité sont en minorité et doivent s'insérer ou être en réponse des différents travaux d'études sur les femmes.

Ces barrières engendrent des analyses erronées, prenons comme exemple le cas de l'homme japonais « typique » que l'on associe au *salaryman*, et ce sans démêler le réel de l'image qui est projetée. C'est pourquoi ce texte a pour but de présenter l'idéologie dominante et l'autre forme de réalité vécue. En plus de comprendre l'objectivation de l'image, attribuez à l'homme japonais tout en les situant historiquement. Avec cette image hégémonique ou encore, cette masculinité hégémonique est due aux faits que le *salaryman* et ses obligations sociales sont incorporés à la norme.

Puis, comme présentée précédemment dans ce texte, l'hégémonie n'est jamais totale. Par exemple, les conséquences de la crise économique des années 2000 alors que le système d'entreprise est majoritairement affecté, la masculinité dominante l'est aussi, car l'entreprise est le site de la construction identitaire au Japon.

Cette nouvelle ouverture aux études sur la masculinité hégémonique est divisée en quatre catégories. En premier lieu, des chercheurs tels que Bufkin (1999), Messner (1992) puis Messerschmidt (1997) ont étudié les impacts de cette masculinité dominante sur les femmes. Deuxièmement, d'autres ont cherché les causes de l'apparition d'une masculinité hégémonique dans le sport et à la télévision (Sabo&Jansen ; 1992). Puis, Higate, Robertson&Suzuki ont de leur côté étudiés les diverses formes de masculinité et leurs impacts sur le groupe dominant. Finalement, cette catégorie s'est intéressée à la masculinité suite à des événements importants, par exemple Morell étudiant l'apartheid en Afrique du Sud ou encore Meuser en Allemagne suite à la chute du mur.

### 2.3 L'affect du salaryman

L'affect est souvent dans sa plus simple expression résumée à une simple émotion. Cependant, dans le cas présent, c'est-à-dire celui des hommes au Japon, le développement qu'Anne Allison propose dans l'article « Ordinary Refugees: Social Precarity and Soulin 21st Century Japan » aide à mieux comprendre les changements au sein du genre masculin tel que présenter dans ce mémoire. La précarité sociale est décrite comme « a condition of being and feeling insecure in life that extends to one's (dis) connectedness from a sense of social community. » (Allison.2012: 348–349). Elle fait une lecture de la précarité japonaise à travers les différents affects observés, mais non pas uniquement tels que perçue psychiquement, ordinairement expérimentée et socialement personnifiée (Berlant 2007, Mazzarella 2009). Après la défaite lors de la Seconde Guerre mondiale, le Japon dans sa reconstruction, passe d'une nation basée sur l'expansion militaire en faveur de la production industrielle associée au fordisme. Ce qui mène en 1980 à avoir une population à plus de 90 %, qui se classifient comme faisant partie de la classe moyenne. Se développant autour de la possession d'une maison meublée de biens matériels dernier cri tels qu'une machine à laver ou encore une télévision. Ceci permet de développer au sein de la société un sentiment que les Japonais appellent, mai homu shūgi ou « homeism » en anglais, la maisonnée et la famille étant un miroir du milieu industriel, dans le but de reproduire ce modèle dans le futur et ainsi promouvoir une croissance économique.

Alors que, de nos jours ce qui était appelé « Japan Inc. » n'est plus, comme précédemment démontré le nombre renaissance est en chute libre, puis plusieurs emplois ont été perdues et l'économie est à un point mort. Le sentiment d'être chez soi n'est plus, il est remplacé par d'autres

affects, des sentiments de marginalité et de solitude. Favorisant la mise en place d'un slogan plus négatif tel qu'ibashō ga nai qui se traduit par aucun lieu pour appeler chez soi. Les sentiments et les images qui sont dégagés de la perte de ce « homeism » sont aussi observables dans le milieu de l'emploi. Comme c'est le cas de cette première « lost generation » qui s'est bâtie durant les années 90 lors du gel des emplois.

Les jeunes qui étaient maintenant du même âge que leurs parents alors qu'ils fondaient une famille se retrouvent dans des emplois peu rémunérés ou encore sans emploi. L'emploi est encore à cette époque et de nos jours un marqueur de statuts et de sécurité, qui leur est impossible d'atteindre et ampute leur espoir future, tel que celui de se marier et d'avoir des enfants. Les jeunes se retrouvent donc à être cette image de la pauvreté et précarité au Japon. Ce groupe est cependant toujours actif socialement, ils participent à un certain régime de travail.

Alors qu'un autre groupe se voit obliger d'être des réfugiés dans leur propre pays et culture n'est plus en relation avec le monde social, avec l'extérieur. Ce groupe est composé de NEET, c'est-à-dire, ceux qui ne sont ni à l'école, au travail ou encore en stage. Finalement, les hikikomoris, qui eux se retirent complètement et s'enferme dans leur domicile ou chambre. Selon la sociologue Miyamoto Michiko, les jeunes japonais ne sont pas antisociaux, mais plutôt non-sociaux. Ils ne participent pas à la société, ils ne sont ni actifs ni vivants. Ils sont sans énergie. « Youth are generally withdrawn (hikikomotteru); they're in a state that is close to that of a hikikomori (hikikomori chikai). »(IBID; 355) Selon Kaneko, en 2006 les NEET seraient au nombre de 2,5 millions, alors que les hikikomoris sont estimés être un million. De plus, Miyamoto affirme que selon un sondage effectué en 2007, chez les jeunes de 18 à 24 ans de Tokyo, 25 000 répondants s'identifient comme étant des hikikomoris. Alors que 70 % se disent avoir le

sentiment d'être hikikomori, ce qui serait un « ordinary affect » (Stewart, 2007) pour les jeunes Japonais.

### **Chapitre 3 :Création de mondes imaginaires**

Comme il est possible de remarquer dans les textes de Bourdieu, ce dernier ne présente aucun moyen afin d'expliquer la création de représentations. Tel que le fait remarquer Appadurai

En d'autres termes, on peut retenir une partie de l'*habitus* de Pierre Bourdieu, mais il faut alors insister sur son idée d'improvisation, car l'improvisation ne surgit plus au sein d'un nombre de postures pensables relativement fini, mais ne cesse de prendre son essor, nourrie à tout moment des vues imaginées qu'offrent les grands récits relayés par les médias. Un changement général est intervenu dans les conditions globales des mondes vécus : en bref, là où l'improvisation s'arrachait autrefois péniblement de dessous la couche glacée de l'*habitus*, celui-ci doit maintenant être renforcé à grand-peine face aux mondes vécus soumis à de fréquentes vicissitudes. (2005 ; 101.)

Appadurai propose donc l'étude de la vie des différents sujets est dans ses mots des « constructions » ou « fabrications » affectées par l'imaginaire.

Mais l'imaginaire n'est pas un simple moyen de rêver. En action dans les vies, il y a formation de « communautés imaginées » qui selon Appadurai « génèrent de nouveaux types de politiques et d'expression collectives, et de nouveaux besoins de discipline et de surveillance sociale de la part des élites. »(2005 ; 99.)

Mais avant d'aller plus en profondeur, comment Appadurai explique et construit sa propre définition d'imaginaire. Cette théorie est beaucoup plus prononcée dans ce qu'il nomme «

scape » comme l'« ethnoscape » et surtout le « mediascape ». L'imagination n'est pas un concept nouveau, mais il a évolué. Selon Appadurai

L'imagination a désormais acquis un pouvoir singulier dans la vie sociale. Exprimée en rêves, en chansons, en fantasmes, en mythes et en histoires, elle a toujours fait partie du répertoire de chaque société sous une forme culturellement organisée. Mais aujourd'hui, l'imagination possède dans la vie sociale une nouvelle force qui lui est spécifique. Davantage de gens, dans de plus nombreuses parties du monde, peuvent envisager un éventail de vies plus large que jamais. (2005; 97-98)

Selon cette définition, il est possible, grâce aux différentes formes telles les médias, pour des personnes n'ayant aucun lien direct avec un certain univers, de créer leur propre monde en y incorporant certains éléments qui sont uniquement présents dans cet « imaginaire ». Un plus grand nombre de gens voient leurs propres vies au travers de ce prisme des médias. Ainsi, le fantasme devient une pratique sociale, il s'incorpore dans la vie sociale de plusieurs.

Comme il est possible de remarquer dans les lignes précédentes et dans les écrits d'Appadurai, la notion d'imaginaire est en relation avec la consommation de biens médiatiques ou physiques. Dans ses mots « La consommation est donc devenue le moteur essentiel de la société industrielle. Mais ce n'est pas là le point le plus important. Ce qui importe, c'est qu'elle est à présent la pratique sociale qui amène les individus au travail de l'imagination » (2005 ; 136). La consommation étant le lieu de rencontre où imagination et nostalgie se rencontrent et se transforment au contact de l'autre. Nostalgie qu'il qualifie de « sans mémoire » est au centre du marketing, dans cette « révolution de consommation ». Alors que la liaison entre imaginaire et

nostalgie est devenue un travail qui a pour but de « produire les conditions conscientes dans lesquelles *l'achat* peut intervenir. » (2005 ; 137).

## **Chapitre 4 : Développement économique d'après-guerre et genèse du *salaryman***

Avant de s'attarder à la période de l'après 1945, qui coïncide avec la dépendance de l'empereur et la prise du pouvoir par les forces américaines, il faut établir une certaine conception du travail. Ce n'est que depuis l'époque de la restauration de Meiji que les prédispositions capitalistes se sont incorporées dans les relations travaux et dans les entreprises japonaises. Suivant l'influence de l'occident, les patrons transforment le travail. Il passe d'un devoir envers la communauté et d'une définition de sa personne pour être transformé par les dirigeants en simple marchandise. Alors que les ouvriers voulaient que leur statut et leur rôle social soient reconnus par la partie patronale. Ce qu'ils ne parviennent qu'à acquérir vers la fin des années 40, selon Bernier (2009:69 -70).

Le peu d'amélioration des conditions de travail depuis les années 1900 est une conséquence engendrer par les patrons afin de régler des problèmes tels qu'une pénurie de main-d'œuvre, la mobilité des travailleurs qualifiés et une augmentation de turbulences au sein de la société (Bernier, 2009 : chap 2; Gordon, 1985 : chap 3).

### 4.1 Naissance des conflits

C'est durant l'après-guerre, en 1945, qu'il y aura développement et instauration de ce que l'on nommera ultérieurement « système japonais d'entreprise » et l'emploi à vie. Cependant, la

hausse de l'inflation qui a suivi la défaite de 1945 suite à la mise en place de politiques sans impact et de dépenses inutiles par le gouvernement de l'époque.

Ce qui a un effet sur les travailleurs, qui ne parviennent plus à s'alimenter avec leurs minimales salaires. Il y a une augmentation des conflits de travail et des protestations de la part des ouvriers, qui comme moyen de pression occupent des usines entre 1945 et 1947. Comme Bernier (2009 : 103-108) et Gordon (1985 : 331-333) le présentent, ils parviennent à obtenir une sécurité d'emploi, d'être reconnus comme salariés et avoir un salaire mensuel. Comme Gordon le présente (1998 : chap 2), les syndicats sont un outil que les travailleurs utilisent pour s'incorporer dans l'entreprise. C'est-à-dire d'établir une nouvelle forme de hiérarchie, la mise en place d'une forme de blanchette dans l'échelle salariale et le gain d'avantages sociaux. Les travailleurs ont donc ainsi accès à un statut convenable. Comme Gordon (1998:40) l'affirme l'entreprise au Japon, comparativement aux pays occidentaux, ne sert pas uniquement à obtenir un salaire, ce lieu permet la création d'une communauté et sert à donner un sens au quotidien. Ce qui explique que le lieu de travail a été le champ de bataille des travailleurs qui revendiquaient autant une hausse des salaires que le respect et le maintien d'une identité sociale respectable.

De plus, suite à la mise en place de politiques « libérales » par les forces d'occupation américaine, cela permit selon Hyôdô (1997; chap.1) aux syndicats une plus grande liberté d'agir. Les syndicats, maintenant associés de plus près avec le Parti communiste, se sont organisés et ont fait des démonstrations pour la protection des emplois. Les travailleurs transformant les syndicats en institutions démocratiques ayant pour but de défendre leurs intérêts, mais aussi de reconstruire l'économie du pays.

Suite à ces manifestations, les travailleurs regroupés ont obtenu quatre concessions. Premièrement, les patrons doivent reconnaître que les travailleurs donc des membres de l'entreprise, et ce au même niveau que les employés de bureau qui sont jugés supérieurs. Ils ont ainsi la possibilité d'avoir accès à des promotions et à un programme de retraite. Deuxièmement, les syndicats sont parvenus à obtenir le calcul des salaires selon l'ancienneté. Certains syndicats, les plus actifs, voulaient obtenir un calcul des salaires plus près de la pensée marxiste c'est-à-dire en fonction de la charge familiale à soutenir, ce qui leur a été refusé par la partie patronale. Comparativement à la période d'avant-guerre, alors que selon Bernier (ibid. p.107), les salaires étaient basés sur des caractéristiques individuelles et selon chaque unité de marchandise produites. Troisièmement, les travailleurs ont accès à une augmentation salariale fréquente afin de combler les déficits de l'inflation causée par les dépenses gouvernementales, cette augmentation de salaire affectant les prix à la consommation et donc à son tour une augmentation de l'inflation. Finalement, les syndicats et le patronat se partagent le pouvoir décisionnel au sein de l'entreprise. Par l'entremise d'un comité formé par deux groupes égalitaires entre travailleurs et patrons. Ce comité ayant pouvoir sur le plan administratif, sur l'embauche et sur les salaires. Plusieurs affrontements se sont produits entre 1945 et 1954 concernant ses acquisitions. Les patrons, le gouvernement japonais et les forces d'occupations américaines, voulant contrer la montée de la gauche et du Parti communiste appuyant les syndicats, mirent en place de nouvelles organisations patronales afin de contrôler les syndicats les plus militants. C'est durant cette période, avec les concessions que les patrons ont accordées aux différents syndicats, que le système d'emplois à vie, iconique à la culture japonaise, s'est développées. Protégeant les emplois et permettant, principalement aux cadres et hauts placés de l'entreprise, une fois à l'âge

de la retraite, 55 ans, d'être transféré vers une filiale ou un sous-traitant de l'entreprise mère. Ce travail à vie est selon Brochier (1965,49) une réciprocité entre les entreprises, qui sauf fautes majeures ne licencie pas ses travailleurs, qui eux s'engagent à ne pas remettre leurs démissions. Quitter l'entreprise signifie pour le travailleur un deuxième emploi à un niveau inférieur et moins bien rémunéré. Deuxièmement, comme précédemment mentionner, les salaires sont calculés selon l'ancienneté et non selon les qualifications. Deux travailleurs ayant deux postes complètement opposés ont donc dès leur embauche, à la sortie de l'école, un salaire presque identique. De plus, les patrons encouragent les échanges et les relations amicales entre les employés après les heures normales de travail. Alors que les contremaitres et les gérants ayant le pouvoir d'accorder certaines faveurs aux employés. Ce qui engendre une relation hiérarchique ressemblant à l'*oyoka* c'est-à-dire la relation père-fils. Le tout ayant pour but que les ouvriers développent un sentiment d'appartenance en vers le groupe, mais aussi l'entreprise en elle-même. Comme Bernier le présente « Selon ce modèle, le salarié se sentirait obligé moralement d'être loyal envers son employeur, car ce dernier lui donne un emploi, lui assure la sécurité matérielle, et lui accorde d'autres avantages. On trouverait là la raison pour laquelle les salariés japonais s'identifient à leur entreprise : au Japon, on se définirait comme un employé ou un ouvrier de Mitsui ou de Mitsubishi, sans se définir généralement comme un employé ou un ouvrier. On serait identifié d'abord et avant tout par l'appartenance à une compagnie (ou un ministère) » (1979,p.9).

Il est cependant, important de noter que le gouvernement japonais, alors mené par Yoshida, et les forces américaines mirent en place plusieurs mesures afin de stopper la syndicalisation. Sous le couvert de la guerre froide, il était maintenant interdit d'occuper les usines; il y avait limitation

des rassemblements de travailleurs de la fonction publique; puis le retrait des dissidents communistes des syndicats. Comme le laisse entendre Gordon (1993,p.380 et 1998,p.47), ce n'est pas en opprimant les travailleurs que le mouvement syndical s'essoufflerait. Ce qui force les dirigeants à favoriser la mise en place de syndicats dits coopératifs, en marge de ceux déjà établis, ayant pour but d'assimiler les syndicats existants. Faisant miroiter l'idée de « compromis » au sein de l'entreprise plutôt que par secteurs. Ainsi vers la fin des années 1950, le militantisme s'estompa graduellement et le patronat put reprendre le contrôle des entreprises.

#### 4.2 Les relations de travail

Les forces américaines qui avaient favorisé et assistées dans la mise en place de politiques libérales, se cherchaient de nouvelles allées en Asie alors que la guerre froide battait son plein. Durant cette période, les tensions internationales ont encouragé le gouvernement japonais de l'époque mis en place des mesures pour contrer une certaine prise de pouvoir par le peuple, principalement les travailleurs. C'est pourquoi des règlements tels que l'interdiction d'occuper les usines, limiter les rassemblements de travailleurs de la fonction publique et le retrait de dissident communiste des syndicats, ce qui engendrera une baisse marquée de la syndicalisation. Mais le militantisme, qui avait débuté dans les années 50, reste toujours aussi présent et le rejet d'une forme de syndicalisme à l'américaine centrée uniquement sur des idées économiques, fait comprendre que le mouvement syndical est toujours présent dans les compagnies nipponnes.

Cependant, comme Gordon (1998,47 ; 1993,380) ce n'est pas en oppressant les travailleurs que le mouvement syndical s'essoufflerait. Favorisant des syndicats dits coopératifs, plus ouvert à l'apport de la partie patronale, en marge des regroupements de travailleurs déjà en place ayant pour but de les incorporer. Faisant miroiter l'idée de « compromis » au sein de l'entreprise. Ainsi,

à la fin des années 50, le Nikkeiren c'est-à-dire l'union des organisations patronales et les gestionnaires américains étaient de plus en plus supportés par ces syndicats coopératifs leur laissant regagner le contrôle des différents lieux de travail (Gordon,1998: 52-53, 129–130).

Donc, le système de coopération entre patrons et employé qui s'est développé davantage dans les années 60, est en fait centré sur l'entreprise et permet à la classe patronale d'exercer sa domination. La perpétuité de ce contrôle est due entre autres, comme précédemment mentionner, à la division des différents secteurs industrielle comme entité unique d'une entreprise.

Comme Bernier le présente, chaque compagnie au Japon possède un drapeau, un code vestimentaire propre à l'entreprise et un code moral unique. (1996) Ainsi chaque entreprise possède sa propre identité.

De plus, les compagnies japonaises utilisaient d'autres moyens pour assurer la soumission des employés, par exemple, le recrutement des jeunes hommes dès la fin de leur cycle d'études et une formation technique qui est unique à l'entreprise. Puis, comme Bernier l'affirme, « L'entrée dans l'entreprise était marquée par une cérémonie tenue le 1er avril, moment de l'embauche officielle des nouveaux diplômés. Cette entrée était considérée comme marquant la fin de la jeunesse et l'accession à l'âge adulte. L'insistance, dans la cérémonie, portait sur la nouvelle appartenance du jeune homme à la firme, pour laquelle il aurait à se donner corps et âme. »(2009,P.112). Ceci assure l'appartenance des travailleurs à la firme. Puis ces cérémonies permettent de créer une forme d'égalité entre les travailleurs ou une forme d'appartenance à une grande famille. Le patron étant une représentation paternaliste, il a donc un rôle de rassembleur auprès des employés sans pour autant exiger une loyauté aveugle de leur part. Cette forme de paternaliste, les employés considérés comme des enfants est basée dans une représentation d'une

modernité différente, elle n'est pas centrée sur l'individu seul, mais sur les relations d'humain à humain, ce qui caractérise le fonctionnement de la société et donc de l'entreprise. Ce paradigme réduit le capitalisme des relations de travail, les qualifiant d'émotionnelles, organiques et délocaliser. Les relations de travail seraient donc comme Thomann le propose caractérisé par l'ordre « naturelle » des humains entre eux comparativement à la relation qui existe entre humains et sont objets (2008,p.17). Favorisant l'image d'un Japon non pas axé sur un individualisme économique et de l'entreprise comme lieu de tension entrent le travail et le capital. Mais plutôt comme un lieu procurant les moyens de réaliser les besoins et les idées sociales et communes aux acteurs qui sont présents dans les relations de travail, engendre des liens créer par intérêts communs, donnant raison à l'inutilité des syndicats qui ont pour but de défendre les travailleurs (ibid, chap.4)

#### 4.2.1 Gestion interne

En plus du système de recrutement et de cette philosophie paternaliste, les hauts placés des entreprises ont mis en place différentes mesures pour assurer la rétention de travailleurs. Tel que la spécialisation des qualifications propre à la compagnie. Il est donc de cette façon impossible pour l'employé de vendre ses compétences à d'autres entreprises. Il y a aussi le principe du *namawashi* qui peut être résumé à un dévouement envers l'entreprise et ses collègues, avec qui il y a une facilité de communication. Puis il y a le principe du *ringi* qui est des cercles de contrôles. Dans une entreprise, les idées devaient être approuvées par les autres membres de sa division.

Ils marquaient d'un sceau leur opinion afin que l'idée puisse être présentée à l'échelon supérieur ou bien rejetée. Donc, comme Thomann puis Bernier le présentent, les travailleurs ont une forme

de responsabilité envers l'entreprise, mais aussi un sentiment d'emphase du groupe comparativement à l'individu seul. (2008, chap.1&4. 2009,p.116-118).

#### 4.3 La domination sociale du Salaryman

Plusieurs formes de genres, dans le cas présent de masculinité, sont observables dans toutes cultures. Me référant à des textes anthropologiques je présenterais un type d'homme, le *salaryman*, qui domine la culture japonaise. En plus de présenter le cas de la femme en rapport avec ce rôle de *salaryman* occupé par l'homme.

La transition du stade d'étudiant, les *gakusei*, vers le *shakaijin*, cette personne qui peut et se doit de participer au projet social japonais est primordiales pour tous jeunes, mais il occupe une place encore plus importante pour les hommes. Cette transition marque l'accessibilité au monde du travail et c'est par ce même travail que les hommes se définissent socialement. Le système scolaire japonais prépare les jeunes aux examens d'entrée universitaire, mais l'importance financière de la famille influence pour beaucoup l'institution dans laquelle l'enfant ira faire ses études ou même jusqu'à la possibilité de faire des études universitaires. Il est possible de remarquer que la division sociale est aussi présente au niveau de l'éducation secondaire.

La position de *salaryman* n'est pas le seul emploi auquel les hommes ont accès, bien qu'au niveau mondial la fréquentation des universités et collèges est supérieure au Japon, une multitude de jeunes ne poursuivent pas d'étude supérieure et vont sur le marché du travail après leurs éducations secondaires. Il y a une différence entre les membres de la classe moyenne qui se concentre sur le travail en firme et les hommes de la classe ouvrière qui prète une plus grande

valeur à la main-d'œuvre et aux compétences. L'image du *sarariiman* est tout de même l'idéal à atteindre. De là cette notion d'hégémonie du *salaryman*.

Dans « Nightwork : Sexuality, Pleasure, and Corporate Masculinity in a Tokyo Hostess Club » (1994) Anne Allison propose une définition de ce qu'est un *sarariiman*. Comme James E. Robertson l'a lui aussi proposé, l'homme japonais se décrit par le lien qu'il entretient avec son emploi. Il donne son temps, énergie et allégeance à l'entreprise qui l'emploie. C'est en tant que travailleur que sa place dans la société lui est attribuée. Allison va même jusqu'à les décrivent comme « This new is the class of the *sarariiman*: the white-collar worker whose position in a large company is the standard goal of youths whose parents are, or wish their next generation to become, comfortably middle-class. » (1994,p.92) Une fois cet idéal du *salaryman* atteint, les hommes suivent trois principes en ce qui concerne leur lieu de travail, le respect de la hiérarchie, le don total de soi envers son travail et l'attachement envers la compagnie qui l'emploie. La création du lien avec la compagnie et ses collègues puis le don de soi envers l'entreprise est observable par les activités auxquelles les hommes participent après les heures, dites régulières, de bureau. Par exemple, exemple, du temps passé dans les bars ou « hostess club », sur lesquels je reviendrais ultérieurement.

Pour sa part, Romit Dasgupta dans « Performing masculinities? the 'salaryman' at work and play » donne une définition semblable. Il présente les *sarariiman* comme étant des hommes de la classe moyenne et une éducation de niveau universitaire. Ce n'est qu'après l'obtention d'un diplôme universitaire, au début de leur vingtaine, qu'ils sont engagés par l'une des grandes

entreprises. Une fois incorporer dans la compagnie il est attendu de ce jeune *salaryman* qu'il soit loyal, assidu, dédié et qu'il soit prêt à faire des sacrifices personnels pour l'entreprise. Ces qualités sont sans rappeler les qualités affichées par la masculinité dominante d'une autre époque, les samouraïs. Ce pour quoi pour plusieurs le terme *salaryman* est en lien étroit avec la masculinité au Japon, car ce dernier est un exemple de l'homme auquel tous devraient pouvoir s'identifier, un *kigyō senshi* qui peut être traduit comme un guerrier d'entreprise, ce qui ne va pas sans rappeler le lien avec les guerriers samouraïs, membres de familles nobles des débuts de l'ère moderne japonaise. Ces guerriers étant la représentation de l'homme dominant de l'époque. La masculinité est donc changeante selon la période historique et selon la culture. Ce qu'est un homme change entre les cultures, mais aussi à l'intérieur d'une culture donnée. La définition change selon la classe, l'âge et orientation sexuelle. La masculinité est créée à partir de discours opposés et dans un contexte plus grand qui incorpore le social, l'économie, la culture et le politique. Dans la multitude de discours que l'on peut remarquer, certains ont un plus grand pouvoir et influence que les autres. Par exemple, en Amérique du Nord, l'homme blanc, de classe moyenne et hétérosexuelle est le type hégémonique de la masculinité alors que l'inverse, un homme de couleur, qui n'est pas hétérosexuel et de la classe ouvrière compose une masculinité alternative et inférieure. Le discours hégémonique vient donc mettre en place un idéal social et culturel qui influence la vie des hommes, mais aussi des femmes.

Il ne faut pas oublier le contexte dans lequel ce discours est présent. Le Japon est une société patriarcale de capitalisme industriel exerçant une pression vers la conformité. L'imposition d'un modèle aide à promouvoir cette image d'un type idéal. Il se doit d'être sobre, hétérosexuel et marié ou du moins monogame, mais aussi une influence sur son comportement, langage et style

vestimentaire. Ce que fait remarquer Dasgupta dans sa définition du *salaryman* « [...] his behavior, deportment (white shirt, dark business suit, lack of 'flashy' clothing and accessory items, neat hair-style), consumer habits (for example, reading certain types of magazines), even his verbal and body language » (2000,p. 193). La loyauté et le conformisme que les *sarariiman* exercent envers l'entreprise leur garantissent certains bénéfices comme la sécurité d'emplois, une augmentation de salaire automatique, la supériorité selon l'ancienneté et l'emploi à vie. L'entreprise jouant un rôle paternaliste envers les employés afin de les protéger.

Ce n'est qu'après la Deuxième Guerre mondiale que cette représentation du *salaryman* est devenue le discours dominant utilisé pour décrire la masculinité. L'inverse, comme il en sera question ultérieurement, est aussi présent c'est-à-dire la femme au foyer qui devient l'idéal féminin. Plusieurs facteurs ont influencé la mise en place de l'hégémonie masculine qu'est le *salaryman*, depuis 1950, l'industrialisation qui engendre l'augmentation du travail de cols blancs, l'urbanisation massive et le prix en hausse des terrains en zones urbaines.

De plus, cette description et les règles qu'un homme doit suivre pour être un *salaryman* exemplaire sont aussi présentes dans la culture populaire japonaise. Des œuvres littéraires telles que les mangas ou encore les livres de bien-être personnel (self-help books) présentent un modèle, une copie conforme du discours sur la masculinité, sur les agissements attendus d'un homme autant dans le monde du travail qu'à l'extérieur en établissant des paramètres sur la famille ou encore sur la sexualité, qui ne sert qu'à créer une famille. Ces livres présentent comme devenir un meilleur ou parfait homme ou *sarariiman*, tel que le livre de Suzuki Kenji qui propose une liste sur ce qui est attendu d'un homme avant ses trente ans, afin de remplir cet idéal de la masculinité. Alors que les magazines ont une plus grande influence sur l'image du *salaryman*,

destiné à un public plus jeune, a comme thèmes des instructions ou conseil sur les performances d'un *salaryman* dans toute sa masculinité autant au bureau qu'à l'extérieur. Par exemple, comment porté de façon appropriée son complet. Puis comment assortir son complet et ses accessoires tels que ses souliers ou son sac. Les magazines présents comment échanger les cartes professionnelles. De plus, ils donnent des instructions les agissements hétérosexuels attendus. Tel qu'un index des avantages et désavantages d'avoir une relation amoureuse avec une femme plus âgée.

Donc, pour performer tel qu'il est attendu d'un *sarariiman*, l'homme se doit aussi de performer dans les limites de l'hétérosexualité.

Alors que, Fujimura-fanselow et Kameda (1995) derive l'image du *salaryman* comme

a workaholic who toils long hours for ... some ... large corporation, goes out drinking with his fellowworkers or clients after work and plays golf with them on weekends, and rarely spends much time at home with his wife and children, much less does anything around the house, such as cleaning or changing diapers. (P. 229)

Cette description de l'homme en tant que *sarariiman*, qui construit son identité en relation à son emploi est hégémonique. Cette hégémonie a pour rôle, selon Donaldson (1993), d'influencer la majorité de la population à l'aide des médias et des institutions de façon « naturelle » ou « normale » (p.645). Comme il en a été question précédemment cette hégémonie est active dans la culture populaire, principalement littéraire, mais cela existe aussi dans le domaine de la publicité pour un bien comestible. Les *genki drinks*, sont des boissons énergisantes visant à donner un regain de vitalité. Plusieurs publicités de ces boissons mettent en action des

personnages de *salaryman* qui sont en manque d'énergie et ne sont pas aptes à produire au travail. Par exemple, dans une publicité pour Alinamin-V, on y voit un *sarariiman* au matin alors qu'il s'apprête à quitter son domicile pour son lieu de travail, toujours fatigué de sa précédente journée de travail ou de la nuit qu'il a passée à socialiser pour le travail. Mais après avoir bu ladite boisson, il a un regain d'énergie et décolle telle une fusée. Les publicités démontrent qu'ils ont besoin d'énergie pour être productifs, mais aussi pour rivaliser avec les autres *salarymans*. Une autre publicité met en opposition physique, dans un match de tennis, un *sarariiman* et un travailleur de bureau occidental. L'homme japonais apparaît être en désavantage et après l'ingestion de la boisson énergisante il lui est possible de compétitionner contre l'Occidental. Suivi du thème musical qui demande au *salaryman* s'il peut être actif et se battre pour 24 heures. Puis, une autre de ces publicités met en action un *salaryman*, avec son fils sur un terrain de jeu, le père au moment de partir se trompe d'enfant, une fois cette erreur corrigée il dit à une mère présente au parc « If you don't see them for even a short time... (Chotto minai to ne. . .). » Signifiant que l'homme *salaryman* n'est pas souvent présent à la maison, sphère où la femme est en contrôle. La société nipponne étant hétérosexiste, l'homme dans sa pleine masculinité comme le *daikokubashira*, le pilier qui soutient la famille par son apport financier de la famille nucléaire. Les publicités de *genki drinks* qui fait le portrait des hommes en tant que travailleurs de bureau, participent à la reproduction de ce discours hégémonique de la masculinité. Mais les entreprises ne sont pas uniquement saturées d'hommes, mais les femmes ont accès à des positions inférieures.

#### 4.3.1 La femme japonaise, reine de la maison

Le discours dominant, concernant les femmes avant la crise économique était principalement lié à la notion de l'*ie*. Ce mot traduit signifie littéralement maison, mais il est aussi, dans la plupart des cas, interprété comme une incarnation du système familial japonais traditionnel. L'*ie* est associée au patriarcat et présente la famille comme étant composée d'un homme, sa femme, leur enfant et les parents du mari. Cependant, la maison n'est pas uniquement décrite par les membres qui la composent, mais en fait par les rôles qu'ils occupent et qui sont repartis selon le genre de la personne.

Comme démontré précédemment, l'homme *salaryman* est le pilier de la maison, il a comme rôle d'être le pourvoyeur et assurer la survie, de façon monétaire, de la famille. Alors que le rôle de la femme, à quelques exceptions près, est celui de mère au foyer. Elle s'occupe de l'éducation des enfants, du bien-être des parents de son mari, du ménage, mais aussi de la gestion du revenu. Les femmes travaillantes dans les entreprises sont reléguées à des positions inférieures, au bas de l'échelle. Elles sont principalement secrétaires avec pour tâche entre autres de servir le thé. Il est important de noter que les femmes quittent totalement le marché du travail lorsqu'elles se marient, le salaire du mari étant suffisant pour subvenir aux besoins, dans le but de fonder une famille et s'occuper de l'*ie*. La norme veut donc qu'il y ait division entre la sphère publique associée au monde du travail, vécu par l'homme et la sphère privée qu'est la famille gérée par la femme. Les hommes travaillants de longues heures et participants à des activités de fraternisation avec leurs collègues ou leurs clients n'étaient pas souvent à la maison. Ce qui laisse la femme qui doit s'en occuper seule. Puis, l'entreprise elle-même encourageait cette pratique, afin que le travailleur soit l'esprit libre pour qu'il puisse se dévouer entièrement à l'entreprise.

Il est aussi possible, du moins, pour les jeunes femmes majeures, d'occuper un emploi dans la sphère du « divertissement personnel ». Tel que celui de *hostess* qu'Anne Allison a documentée dans « *Nightwork : Sexuality, Pleasure, and Corporate Masculinity in a Tokyo Hostess Club* » (1994). Dans ce travail, les femmes se doivent d'être féminines, de traiter le client comme un supérieur et de combler ses moindres désirs. Bien que les services que l'*hostess* offre peuvent ressembler en description à des services de nature sexuelle, leur tâche ne requiert aucun contact charnel. La description de tâche d'une *hostess* ne requiert que la parole, comparativement aux autres travailleuses du *minzu shobai*, le travail de nuit/sexuel. L'*hostess* divertit ses clients par son écoute et son dialogue. Elle se doit d'assurer que le client se sente spécial, à son aise, et est du plaisir.

Ce n'est que suite à la crise économique et les nombreux licenciements auxquels les entreprises ont dû procéder. Que la femme japonaise est en plus grande demande dans les grandes entreprises et afin de pourvoir des postes plus prestigieux en plus de l'habilité de grimper les échelons. Les entreprises garantissent une nouvelle sécurité d'emplois et un meilleur horaire pour ses femmes nouvellement arrivées. Avec cette entrée massive de femmes sur le marché du travail qu'un plus grand nombre d'hommes se voient dans l'obligation d'occuper un emploi précaire.

#### 4.4 Travail précaire et solitude Comme Bernier le présente

Selon ce modèle, le salarié se sentirait obligé moralement d'être loyal envers son employeur, car ce dernier lui donne un emploi, lui assure la sécurité matérielle, et lui accorde d'autres avantages. On trouverait là la raison pour laquelle les salariés japonais s'identifient à leur entreprise : au Japon, on se définirait comme un employé ou un ouvrier de Mitsui ou de Mitsubishi, sans se définir généralement comme un employé ou un ouvrier. On serait identifié d'abord et avant tout par l'appartenance à une compagnie (ou un ministère) (1979, p.9).

À l'opposé l'importance des travailleurs précaires ou journaliers (*hiyatoi*) est sous-estimée dans les multiples définitions de l'emploi au Japon. Cependant, ce groupe composé d'hommes plus âgés qui ont été licenciés ou encore de femmes qui n'ont plus la tâche de s'occuper des enfants. Les emplois journaliers sont présents dans l'univers du travail depuis une longue période. Le *salaryman* étant décrit comme l'image dominante de la masculinité

For most of the second half of the twentieth century, a white-collar married man and breadwinner, the salaryman, who ideally was employed by a large corporation for a lifetime, marked the epitome of masculine maturity. Although less than 30 percent of gainfully employed Japanese men actually embodied this icon of post-World War II masculinity, many more aspired to it, tried to look and live it, soaked up television, manga, and anime series about it [...](Frühstück et Walthall, 2011).

C'est donc cette représentation de l'homme en tant que *salaryman* qui devient la norme des représentations de la masculinité japonaise, bien que comme les deux auteurs le décrivent seulement 30 pour cent des hommes sont des représentations propres de la description de *salaryman*, c'est cette image qui domine les discours de la société.

Les jeunes passant du stade de mineur ou d'étudiant à la vie adulte ou de travailleur, une fois leur éducation terminée, deviennent des membres actifs de la société comme l'on présente Rohlen (1974) et Robertson (1995). Maintenant adultes, ils ont des responsabilités envers leurs parents, qui les ont élevés, en plus d'avoir un devoir envers la société pour assurer la prospérité de l'empire japonais. C'est en se dévouant à une entreprise que les hommes pouvaient servir la nation ainsi ils peuvent s'accomplir en tant qu'homme japonais.

À l'opposé le travail précaire atteint son paroxysme suite à la crise économique de 1990. Durant cette période d'instabilité, le nombre de licenciements augmente de façon alarmante. Cette précarité affecte maintenant un nouveau secteur, celui des services. Les travailleurs anciennement du secteur des services contrairement aux travailleurs journaliers déjà en action, essaient de reproduire le style de vie dominante et attendue des Japonaises, comme Bernier l'affirme « [...] celui de la famille stable, soit en travaillant de longues heures pour obtenir un revenu décent, soit en cherchant encore un emploi régulier. » (2009,p.171) Cette crise économique a donc affecté le système de l'emploi au Japon, les entreprises embauchent moins de nouveaux travailleurs, la hiérarchie interne est transformée, éliminant les hauts postes de direction. Le tout en faveur de fusion entre les entreprises. Les travailleurs réguliers étant un coût de plus pour les entreprises, en fait de sécurité et qualité de vie des employés, la recherche de nouvelle travailleuse n'est donc plus présente. Mais le transfert des travailleurs vers les sous-traitants est toujours existant et est utilisé pour diminuer la masse de salariés, voir même engager de nouveaux employés à salaire inférieur. Chiba et Ueda affirment que l'emploi à vie dit « régulier » se trouve à réduire en faveur de travail à forfait (Chiba et Ueda, 2002 : 24).

Il est donc possible de remarquer dès les années 90 un changement majeur et une ouverture vers le travail hors des grandes entreprises pour favoriser un travail de courte durée. En plus d'accorder une place plus importante aux femmes. C'est suite à cette crise économique que l'engouement pour le fordisme prit fin au Japon, en faveur du système qualifié de postfordisme. C'est dans cette temporalité du postfordisme qu'il y a augmentation de la précarité dans la société japonaise. Après la défaite lors de la Seconde Guerre mondiale, le Japon dans sa reconstruction, passe d'une nation basée sur l'expansion militaire en faveur de la production industrielle associée au fordisme. Ce qui mène en 1980 à avoir une population à plus de 90 pour cent, qui se classifient comme faisant partie de la classe moyenne. Se développant autour de la possession d'une maison meublée de biens matériels dernier cri tels qu'une machine à laver ou encore une télévision. Ceci permet de développer au sein de la société un sentiment que les Japonais appellent, mai homu shūgi ou « homeism » en anglais, la maisonnée et la famille étant un miroir du milieu industriel, dans le but de reproduire ce modèle dans le futur et ainsi promouvoir une croissance économique. Alors que de nos jours ce qui était appelé « Japan Inc. » n'est plus, comme précédemment démontré le nombre de renaissances est en chute libre, puis plusieurs emplois ont été perdus et l'économie est à un point mort. Le sentiment d'être chez soi n'est plus, il est remplacé par d'autres affects, des sentiments de marginalité et de solitude. Favorisant la mise en place d'un slogan plus négatif tel que *ibashō ga nai* qui se traduit par aucun lieu pour appeler chez soi. Les sentiments et les images qui sont dégagés de la perte de ce « homeism » sont aussi observables dans le milieu de l'emploi. Comme c'est le cas de cette première « lost generation » qui s'est bâtie durant les années 90 lors du gel des emplois. Les jeunes qui étaient maintenant du même âge que leurs parents fondaient une famille, se retrouvent

dans des emplois peu rémunérés ou encore sans emplois. L'emploi est encore à cette époque et de nos jours un marqueur de statuts et de sécurité, qui leur est impossible d'atteindre et ampute leur espoir future, tel que celui de ce marié et d'avoir des enfants. Les jeunes se retrouvent donc à être cette image de la pauvreté et précarité au Japon. Ils devient donc des réfugiés dans leur propre pays, comme le présent Allison « For, as Mizushima posited, the situation facing Japan is akin to war, producing 'refugees' (nanmin) out of ordinary youth—kids excluded from the very life they once were expected to (re) produce (Mizushima2007). »(354 ; 2012) Il est possible de remarquer deux méthodes utilisées par les jeunes pour ce réfugié. Ainsi, ils ne sont pas sans-abris et ne sont pas réduits à vivre dans la rue. En premier lieu, il est possible de remarquer qu'un certain nombre de ces jeunes prennent refuges dans des cafés internet, selon Allison « the term 'net café refugees' has come to stand for the precariousness—of home, job, and life itself—for an increasing number of young Japanese » (2012,p.353) alors que, ces sans domicile se retrouvent à occuper des emplois flexibles, souvent journaliers, étant membres de cette population « flottante » qui a été déterritorialisée par le postfordisme. Ses jeunes se retrouvent donc à gagner entre 70 et 80 dollars américains par jour. Ce qui leur permet de trouver domicile (home) pour une nuit, entre 6 et 8 heures d'occupation d'un cubicule, pour une somme variant de 15 à 26 dollars américains. Ce groupe est cependant toujours actif socialement, ils participent à un certain régime de travail. Alors que cet autre groupe se voit obliger de participer à ce refugisme n'est plus en relation avec le monde social, avec l'extérieur.

Ces jeunes choisissent d'eux-mêmes de se retirer de l'école, du travail ou encore de l'activité humaine. Ce groupe est composé de NEET, c'est-a-dire ceux qui ne sont ni à l'école, au travail

ou encore en stage. Puis les futotos, ces jeunes qui refusent complètement le système d'éducation.

Enfin, les hikikomoris, qui eux se retirent complètement et s'enferme dans leur domicile ou chambre. Selon la sociologue Miyamoto Michiko, les jeunes japonais ne sont pas antisociaux, mais plutôt non-sociaux. Ils ne participent pas à la société, ils ne sont ni actifs ni vivants. Ils sont sans énergie. Dans ses mots « Youth are generally withdrawn (hikikomoteru); they're in a state that is close to that of a hikikomori (hikikomori chikai). »(IBID;355) Selon Kaneko, en 2006 les NEET seraient au nombre de 2,5 millions, alors que les hikikomoris sont estimés être un million. De plus, Miyamoto affirme que selon un sondage effectué en 2007, chez les jeunes de 18 à 24 ans de Tokyo, 25 000 répondants s'identifient comme étant des hikikomoris. Alors que 70 pour-cent se disent avoir le sentiment d'être hikikomori, ce qui serait un « ordinary affect » (Stewart, 2007) pour les jeunes Japonais. Comme le fait remarquer Allison, les jeunes qu'elle a interviewés, avait ce sentiment de désintérêt, mais ceci n'est pas volontaire. Comparativement à la génération de leurs parents, l'environnement socio-économique n'est plus le même. Selon un étudiant universitaire de 22 ans, « was pessimistic about her chances for regular employment in the shūkatsu season coming up (when young people undergo a rigorous “market” regime of finding jobs), life for young Japanese today is a “crapshoot.” (IBID; 356) Allant même jusqu'à affirmer que plusieurs de ses amis ne participent pas à la recherche d'emplois et deviennent des freeta, des travailleurs irréguliers. Tandis que d'autres sans énergie ne quittaient plus leur domicile. Ces deux groupes pouvant être qualifiés de réfugiés.

Mais différents l'un de l'autre comme l'affirme Allison, les réfugiés des cafés internet sont sans domicile fixe et ne se posent que la nuit dans leur cubicule.

Alors, que les hikikomoris au contraire sont liés à leur domicile et rarement au monde extérieur. Selon elle « In terms of precariousness, however, these two contingencies share a lot in common: an inability to independently survive and marginalization from the stickiness of social, human connection. In a sense, they represent two ends of the same spectrum. »(2013,p. 73) Tandis que Amamiya Karin affirme pour sa part que la cause, créant ses affects négatifs, serait plutôt un manque d'affiliation au sein des travailleurs japonais. Ce que l'entreprise permettait à l'époque du fordisme. Elles offraient un salaire stable, une protection en cas de crise, mais aussi une identité propre. Alors que les travailleurs irréguliers ont de la difficulté à vivre et sont privés d'un lieu où ils peuvent se sentir confortables et chez soi. Selon elle, la perte du sentiment d'appartenance est ce qui transforme l'attitude des jeunes Japonais. (Amamiya and Kayano 2008) Allison citant Amamiya affirme "Calling this the biggest issue facing young Japanese today, Amamiya portrays "hardship of life" as an insecurity that is not only material but also ontological: a sense of existential emptiness and social negation."(2012,p. 357) Alors que pour Yamada Masahiro, il serait question plutôt d'espoir. Comme il le présente dans son livre *Kibo Kakusa Shakai* (2003), le Japon n'est plus ce pays où la classe moyenne avait une grande importance, avec un emploi stable et pouvant s'offrir un certain luxe de vie, vers une nation divisée entre gagnants et perdants. L'espoir qu'il y avait avant la crise s'est transformée en désespoir pour ceux qui ne peuvent avoir une « ordinary life » (*hitonami no seikatsu*) (2003,p. 27), mais cette notion « d'ordinaire » est un principe de l'époque du fordisme, ce qui est maintenant inaccessible pour une majorité de Japonais. Cependant, il est possible pour l'élite, les « gagnants » de reproduire ce potentiel dans le futur. C'est-à-dire, comme le présente Allison «

Men with regular jobs, for example, are twice as likely to marry and have children than those who are irregularly employed. »(ibid).

Comme Akagi Tomohiro, un *freeta* de 31 ans, présente sa propre situation qu'il décrit comme humiliante. Dans ses mots "With a monthly income of 100,000 yen (placing him well below the poverty line), Akagi couldn't move out, buy a car, or even think about marriage. Living as if he were 'under house arrest,' Akagi despaired of being forever stuck in the same dead-end job. Describing this existence as not 'that of a human who can live having hope' (2007:54)". La vie qui lui avait été promise suite à ses études, graduer d'une bonne université et se trouver un emploi sont inexistant, il se retrouve à ne pas pouvoir s'acheter de voiture, il lui est même impossible de quitter le domicile de ses parents. L'idée d'un futur possible n'existe plus pour cette génération, étant forcée au refugisme, un sentiment que la vie ne peut s'améliorer est en expansion dans la société nipponne. "[...] a state of not being able to provide security—of job, life, home (land)—to its citizens. And, implicit, here is the sense of loss: of a Japan vanishing from the 'Japan' it once was, should be, and may never be (again) (Ivy 1995)." (Allison, 354 ; 2012) Ce phénomène de mauvais sentiments est lié temporellement avec la fin du fordisme comme l'affirme Muehlebach & Shoshan « However Fordism also came with an organization of anticipation; a feeling stabilized collectively because it was sedimented into social configurations and institutions such as economic growth, the security of steady wages, and relatively widespread practices of consumption. The organization of anticipation allowed for a collectively held sense of promise or at the very least probability, rather than a mere sense of possibility; a futurity structured around the feeling of expectation and entitlement rather than mere hope. » (2012 ; 333)

Cependant, il est possible de comparer les propos que ces auteurs proposent face aux transformations dues à la mise en place de procédés économiques liés au postfordisme.

Comme il a été évoqué précédemment, la question de solitude fait aussi partie de ce sentiment Social et de la division. Selon moi, cette solitude passe par le refus de relations amoureuses.

Comme il a été possible de le remarquer, la division du travail va de pair avec une division hétéronormative du couple, l'homme au travail et la femme à la maison. C'est ce qu'Anne Allison cherche à comprendre, les relations intimes sont elles aussi flexibles comme le monde du travail l'est. Alors que la tendance comme démontrer précédemment est à l'isolement. Les institutions telles que la famille est face à un certain danger. L'homme est donc lui-même en transformation, comme Allison le présente la montée des hommes

« herbivore » (soshoku danshi) sont l'antithèse de l'image que dégageait le sarariman dans les années 90. Elle les définit comme « They're portrayed as being sensitive to feeling, relationships, lifestyle, aesthetic. But women don't necessarily want to get married to them. » (2013 ; 99).

Alors qu'elle questionnait des étudiants universitaires sur l'idée d'entrer en relation avec un soshoku danshi et leurs réponses étaient de rire à l'idée de marier ou d'être en relation avec un tel homme. De plus, une autre optique de masculinité se présente. Il s'agit d'une attirance envers les non-humains.

## **Chapitre 5 : Amour et sexualité**

### 5,1 : les relations de couples

Avant la réduction des relations de couple au Japon, comme il en est question dans ce texte, les relations de couples avec une sexualité présente étaient la norme. Cependant les relations

charnelles dans le couple ont changé avec les époques, outre passant la période de l'avant-guerre alors que la sexualité était considérée moins tabou.

Il est possible de remarquer que dès le début des années 50, l'influence du gouvernement japonais dans le contrôle de la sexualité. La mise en place du *junketsukyoiku*, un programme d'éducation sexuelle, concernant principalement et presque uniquement les jeunes femmes (Ryang, 2006; 67-69). Cette éducation sur la pureté sexuelle ne pouvait qu'être atteinte que lorsque l'union entre l'aspect physique et moral sont atteints, moralité mise en place par le gouvernement suite à la défaite de la Seconde Guerre mondiale, alors qu'une corruption de la moralité s'est répandue. Selon ce programme éducationnel, le sexe est réservé pour les couples mariés afin de fonder une famille.

Comme cette éducation concernait principalement la pureté de la femme, comprise comme sa virginité. Alors que la pureté des jeunes hommes n'est pas prise en compte. Il est donc possible de remarquer deux types de femmes. (Ibis ; 74) Les femmes de confort, des prostituées, qui étaient établis près des bases militaires américaines et leur service utilisées en majorité par les étrangers. Puis les femmes de familles, qui deviennent des mères et qui ont subi le *junketsukyoiku* se retrouvent dans des mariages asexués comme précédemment démontrés l'homme travail de longues heures et la femme a le fardeau des enfants. La sexualité disparaît du mariage et les femmes comblent leurs désirs sentimentaux par les *soap opera*, tandis que les hommes utilisent des services qu'ils trouvent hors de la maison, comme les *hostess club*. Comme le présente Mark D. West dans « Lovesick Japan » la distance peut aussi avoir un effet sur l'asexualisation du mariage, prend comme exemple un jeune juge et sa famille, pour le bien-être et l'éducation des enfants, ils se retrouvent à vivre avec leur mère alors que le père qui gravit les

échelons de son emploi, ce qui le force a déménagé fréquemment (2011,p. 19-20). Même si l'amour existe toujours dans le couple, la distance ne permet pas les relations charnelles. Puis, il est possible de prendre en exemple le couple présenter dans le documentaire « L'amour et le sexe au Japon » (2019) réaliser par Antoine Lassaing pour Radio-Canada. Miyoko cette jeune mère et Yasunori le père de deux enfants. Selon le père, la société japonaise met une emphase sur les enfants, la vie des parents est mise en arrière-plan après la naissance. Miyoko ajoute même qu'après la naissance les rôles changent, ils ne forment plus un couple, mais une famille. De plus, elle fait remarquer que l'activité sexuelle dans les couples avec enfants diminue a une à deux fois par an, même si l'amour entre eux existe toujours.

En plus du *junketsukyoiku* qui a été mise en place au début des années 50, la tragique histoire de Miko et Mako dans les années 60 à eu, selon Sonia Ryang dans « Love in Modern Japan: It's estrangement from self, sex, and society », un effet sur la perception du sexe avant le mariage, les relations charnelles devenues tabou. Après que l'histoire de ces deux amoureux fut révéler a la nation, elle atteint d'un cancer, devant subir plusieurs opérations qui la laisseront défigurer et lui qui restera fidèle même s'il y a une grande distance entre eux et sans relation physique, jusqu'a sa mort aux mains du cancer. Alors l'amour devient un idéal pour la nation. Dans un couple, l'amour devrait prévaloir et être présent avant qu'il y soit des relations sexuelles, sans rappeler la pureté de la virginité quelque inculquer par le programme d'éducation à la pureté.

## 5.2 en chiffres

L'attitude envers les relations sexuelles a été chiffré par le National Institute of Population and Social Security Research, comme le présent West (2011 ; 120). Selon ce sondage il est possible de remarquer qu'entre 1992 et 2005 l'attitude des Japonais face aux relations sexuelles hors

mariage dans un couple amoureux est en augmentation, par exemple dans la catégorie qui est fortement en accord passe de 14,8 en 1992 à 27,6 en 2005, une hausse de 12,8.

Puis selon le Japan Society of Sexual Science, une personne n'est pas sexuellement active (*sekusuresu*) si cette dernière n'a pas eu de relations, ce qui inclus ne pas se tenir la main et aucun baiser pour une période d'un mois. En 2006, selon le ministère de la Santé plus du tiers des couples sous la barre des cinquante ans sont sans rapports sexuels.

Le sentiment d'amour et le sexe sont de plus en plus compris comme des marchandises comme il en a été question avec les *hostess clubs* pour les *salarymans* ou les *soap opera* pour les mères de famille. Mais comme il en sera question, les *otakus* qui comblent leurs sentiments avec des biens.

## **Chapitre 6 : Otaku et *moe***

### 6.1 La culture des *Aidoru*

La description de base d'une idole japonaise est généralement comprise comme une jeune adolescente, bien qu'il est quelques idoles masculines, elles sont principalement féminines. C'est jeunes femmes sont souvent des chanteuses, évoluant dans le *J-pop*, mais elles sont aussi actrice, animatrice de télévision ou modèle. Il est cependant important de ne pas oublier que ces jeunes vedettes sont créées et construites par les agences artistiques. Afin de commercialiser l'attrait de leur image et de leur personnalité frivole. Les idoles, personnalité du divertissement, se doivent d'offrir du divertissement pour les membres de la société qui consomme se quelles ont a offrir, elles sont des modèles pour le public, les agences sont donc très stricte sur ce que les idoles divulguent de leurs vies personnelles, allant même jusqu'a empêcher ces jeunes femmes de boire de l'alcool en public ou de parler de leurs relations amoureuses.

Cependant, ce que la majorité ignore et que Patrick W. Galbraith présente dans « Idols: The Image of Desire in Japanese Consumer Capitalism » (2012) est l'imperfection de ses jeunes vedettes, imperfection qui les rend plus attrayantes pour les admirateurs. Les idoles ne sont pas prises pour leur look ou leur talent, mais pour leur manque de talent. Comme il le laisse entendre, c'est ce manque qui encourage les admirateurs, des *otakus*, à suivre l'évolution et le développement de leur idole préférée. (187-188) Alors que le producteur Tsunku affirme dans un livre qu'il préfère justement ces femmes ayant peu de talents, car elles essaient plus fort de grandir et elles ne s'opposent pas au producteur. Il est donc possible que l'image que ces idoles projettent puisse être transformée. (ibid;192)

## 6.2 L'idole comme image

Les *otaku* sont alors admirateurs de l'image déglacée par l'idole, mais aussi construite par l'agence. Comme ils n'ont jamais rencontré l'idole en chair et en os, elle est réduite à l'image publiée dans les médias et est comprise en relation à d'autres images et non pas à une « vraie » personne. Ses images étant partie prenante d'un monde, d'une réalité qui leur est propre. Galbraith reprenant les propos de Otsuka qui affirme « [...] and makes no distinction between idols and fictional characters. As Otsuka sees it, the pleasure of consuming both a set of idols and a set of anime character stickers comes from (re) constructing the 'narrative' of the whole by collecting its parts. » (ibid; 189) Il est donc question de distribuer un tout, que les admirateurs cherchent à comprendre, sous forme épisodique. Les admirateurs d'une idole doivent donc la suivre à travers plusieurs médias, par l'entrevue qu'elle donne dans des magazines ou ses apparitions télévision.

### 6.2.1 Les idoles virtuelles

Après le renouveau de l'attrait des *aidoru* dans les années 90 et presque 20 ans de stagnation, en juin 2011 Eguchi Aimi fait son apparition soudaine au sein du groupe AKB48. Elle occupe alors la position centrale pour une publicité de Glico, au détriment d'autres favorites. Ce qui déplaît aux admirateurs et provoque de vives réactions, elle est donc comprise comme étant en opposition aux autres membre du groupe. Cependant, Eguchi Aimi est totalement virtuelle, un amalgame d'image d'autres membres de AKB48 rassemblés. C'est donc son image contre l'image des autres idoles qui est en action, comme Galbraith l'affirme « Or, rather, her image provoked visceral responses and was positioned against images of other idols, taking on a sense of reality. » (ibid;193) Par la suite, sa reproduction a été ouverte à tous, sur internet, les admirateurs pouvaient ainsi construire leur propre version d'Eguchi Aimi à partir d'autres images des membres du groupe. Ceci est donc devenu une mode, de laisser les *otakus* créés de leur propre imaginaire les vedettes qu'ils aimeraient consommer. Comme c'est le cas avec Hatsune Miku qui est la plus grande vedette de l'heure au Japon, cette idole virtuelle, grâce à la technologie, donne même des spectacles à grand déploiement, dans divers stades sportifs. Ou encore, Ai chan qui fait fureur sur internet et principalement YouTube. Il y a donc une transition vers les images virtuelles et les personnages fictifs dans la culture populaire japonaise.

### 6.3 Que sont les *otakus*

Cet attrait pour les non-humains chez les jeunes hommes nippons est un phénomène qui est intrinsèque à la culture *otaku*. Le terme *otaku* serait, selon Susan Napier, apparu en réponse à la culture *shojo* qui se caractérise par un phénomène de consommation des jeunes femmes japonaise, entre l'enfance et l'âge adulte. Comme elle le présente « The *shōjo* is essentially nonthreatening, characterized by her presumed charm and sweetness and her attraction to 'cute'

goods such as stuffed animals and pretty, feminine accessories that smack of nostalgia for childhood. »(P.2) Cependant, la société japonaise n'accorde pas les mêmes qualités à ces deux cultures. Le *shojo* étant vu comme quelque chose de léger, inoffensif, alors que les *otakus* sont plus dangereux. Cette division est attribuable à la place de la technologie et de l'immatériel que les hommes admirent et qui n'est plus représentative de l'ancienne culture et l'éthos du *salaryman* comparativement à la matérialité des peluches qui attire les jeunes femmes.

C'est donc ce mouvement vers une masculinité technologisée que se retrouvent les *otakus*. Comme le démontre la série télévisée « *Densha Otoko*, cette série démontrant à la société qu'il ne fait pas avoir peur de cette nouvelle forme de masculinité et que la technologie aide à soutenir l'amour romantique. De plus, la série aide à faire un pont entre le réel et le virtuel, comme le laisse entendre Napier "At the same time, through its use of appealing and nonthreatening otaku characters, [...] *Densha Otoko* helps lay to rest the fear that these characters are truly Other, lost in an all-encompassing cyberworld that separates them from 'normal' Japanese."(p.3)

Cependant, plusieurs autres auteurs ont décrit le phénomène des *otakus*, par exemple « In some ways, the image of the Japanese otaku as a geeky, obsessive, socially inept, technologically fluent nerd represents the polar opposite of the image of the gregarious, socializing breadwinner, the salaryman » (Condry,2011). Les auteurs donnent tous une définition semblable de l'otaku, généralement une personne de sexe masculin, dans la vingtaine qui est admirateur de tout ce qui est relatif à la technologie et d'autre part aux manga (inclus dans cette catégorie : livre, animés et figurines de collections, etc.).

Alors qu'à l'opposé Patrick W. Galbraith dans l'introduction de « *Otaku sexuality in Japan* » affirme que le sujet des otakus est apparu dans les médias de masse dans les années 90 alors

qu'ils étaient décrits comme ayant des attitudes antisociales, mais aussi responsable de crimes odieux. Le terme fut alors attribué aux hommes ayant un attrait pour les objets, manga, mais aussi jeux vidéo, mettant en scène des *bishojo*, qui se traduit vaguement à « petite fille mignonne ». Restant principalement dans l'abstrait, c'est-à-dire, comme le présent Galbraith cet attrait demeure envers des personnages immatériels et imaginaires. Puis, Galbraith dans deux articles cite Nakamori (2008), a proposé de leur masculinité déficiente. Affirmant, “'Otaku' has now been refined to describe failed men who lust after fictional girl characters” (Galbraith, 2015). De plus, comme Nakamori l'affirme, les jeunes hommes attirés par des personnages, des filles de fiction, ont un manque en tant qu'homme. Les deux textes sont très péjoratifs face aux otakus qui selon l'auteur sont des « failed » men, qui devraient veiller et avoir une vie acceptable. De plus, Mark D West dans l'introduction de son livre « Lovesick Japan: sex, marriage, romance, law » fait état d'un procès ayant eu lieu contre un homme étant attiré par ses jeunes filles qui a cependant lui reproduit le geste dans la réalité.

Ces descriptions des *otakus*, sont déficientes. C'est-à-dire, selon moi, les auteurs font abstraction du principe qu'est le *moe*. Ce terme reste, encore de nos jours, péjoratif. Terme apparu dans les années 90, sur de multiples forums en lignes. Le terme d'argot *moe* (vient de la nominalisation du verbe *moeru* qui signifie germer et est homophone du verbe bruler) signifiait une passion enflammée envers les jeunes filles mignonnes, avec une emphase importante sur la partie jeune de ce terme. (Galbraith p.343) Alors que Lamarre, décrivant le *manga*, « *Nogizaka Haruka* », affirme qu'il produit des images chargées d'érotisme et d'affection. Comme il l'affirme « *Moé* is a way of being in a warm world, and a way of bringing a warm world into being » (P.137).

Descriptions faites, il est possible de remarquer ce vide qui s'est créé entre le sexe masculin et le sexe féminin. Je m'intéresserais donc à la disparition des connexions, des relations amoureuses hétérosexuelles au Japon.

L'imagination est une des réponses à ce désintérêt pour les relations amoureuses. L'imagination a un rôle majeur dans les relations que l'humain a avec son écosystème comme l'affirme Lestel, de transformer le monde et les autres êtres vivants qui nous entourent. L'imagination est donc une activité collective qui permet de créer un espace de possibilités face à l'autre. La disparition de ces « espèces » réduit donc notre capacité d'extrapolation, mais aussi notre potentiel d'existence. Dans le cas présent, la disparition des relations hommes femmes en faveur du *moé*, engendre la disparition de phénomènes tels les mariages, mais aussi à plus grande échelle la reproduction de la société japonaise. Comme l'affirme Lestel « Each species that disappears is a part of our imagination amputated perhaps permanently and irreversibly. »(P.311) Il y a donc appauvrissement de nos capacités à interpréter le monde (écosystème) qui nous entoure, mais aussi la vie en elle-même. Il y a coupure des liens sémiotique dégagée par l'autre. Donc en effaçant l'autre, la femme japonaise, avec qui l'homme cohabite dans cet écosystème, il réduit son potentiel d'existence pour devenir un humain constamment actualisé.

Puis, comme il est observable dans certaines séries animées populaires produites durant les dernières années, le thème de monde parallèle « meilleur » est omniprésent. Des séries telles que *Sodo Ato Onrain* (sword art online) où les personnages se retrouvent prisonniers d'un monde virtuel, qui à l'origine était un monde dans lequel le personnage principal devenait un héros super puissant. De plus, la nouvelle série *Tensei Shitara Suraimu Datta Ken* (That Time I Got Reincarnated as a Slime) raconte l'histoire d'un jeune *salaryman* après avoir été aléatoirement

poignardé à mort, se retrouve réincarner dans un Nouveau Monde sous forme de slime. Sans faire leur synopsis, il y a aussi des séries comme *Rogu Horaizun* (Log Horizon), *Kono Subarashii Sekai ni Shukufuku wo!* (KONOSUBA -God's blessing on this wonderful world!) et *Hyakuren no Haō to Seiyaku no Varukyuria* (The Master of Ragnarok & Blesser of Einherjar).

Cependant, l'imagination est un couteau à deux tranchants, comme EO Wilson l'affirmait une imagination « pathologique » qui nous rend incapables de penser outre les conséquences de nos actions. Mais aussi, de diriger notre préférence. Cette imagination pathologique nous rend aveugles envers le vivant, dans le cas présent la femme japonaise. La vision devient en quelque sorte boueuse. La création de vie artificielle et la préférence pour celles-ci sont ce qui est dangereux pour l'environnement, mais c'est que grâce à l'imagination l'homme japonais préfère les représentations virtuelles ou non vivantes, des artefacts, de la femme comparativement à un être en chair et en os. Car les représentations imagées sont plus près de notre imaginaire.

C'est justement cet imaginaire qui pousse les hommes japonais à ne plus chercher l'amour auprès d'une femme, mais de reproduire ce sentiment avec des objets ou des images. L'idée de « *Promethean shame* » développé par Anders et par la suite reprise par Lestel. Alors qu'il affirme que les artefacts animés sont plus réels que les animaux de chair et d'os. La situation concernât le transfert d'affection des *otakus* est comparable à la situation décrite par Sherry Turkle, qui lors de vacances c'est fait demander par sa fille pourquoi le zoo utilisait des tortues vivantes et non des robots, car ces derniers étaient plus véritables que les animaux vivants.

Le peuple japonais se dirige vers une atrophie de leur imagination comme l'occident le vit présentement. Durant le vingtième siècle, la culture occidentale a transformé les animaux en machines les réduisant à un engrenage dans l'industrie mondiale.

Alors qu'au Japon les hommes voient les femmes comme une partie d'un tout, mais elles ne sont plus accessibles pour fonder une famille. Ceci dut entre autres à l'urbanisation massive. Les populations n'ayant plus de lien direct avec la nature, le citoyen se tourne vers une nature artificielle. Cette nature n'est plus contrôlée par l'humain, mais elle est en fait une nature substituée qui peut être manipulée.

Ce que les *otakus* font avec les personnages de manga. Comme les personnages sont fictifs, les hommes peuvent les actionner comme ils veulent, dit ce qu'ils veulent et surtout les *otakus* ne peuvent être rejetés par des images. De plus, comme les femmes repoussent l'âge du mariage, les hommes transforment donc leurs objets de désir vers ce *moé*, qui est incarné par la jeunesse et le mignon (*kawaii*). Ils préfèrent donc la sécurité que leur offrent les options immatérielles alors que les femmes ont maintenant un pouvoir économique dans cette société qui marchandise tous les besoins.

Comme le présente Appadurai « Davantage de gens, dans de plus nombreuses parties du monde, peuvent envisager un éventail de vies plus large que jamais. » (2001, P.98). Les médias sont responsables de ce phénomène, ils offrent de plus en plus de contenu qui pénètre l'imaginaire et présente un éventail de vie possible, ayant un meilleur dénouement. Alors que la vie sociale dans laquelle les jeunes hommes vivent est mise de côté. De plus, Appadurai affirme que le cinéma, la télévision et les autres technologies transforment l'imaginaire dans les sociétés. Comme le présente l'exemple de Susan Napier et la série « *Densha Otoko* », cité plus haut dans cet article.

Alors que la vie sociale était inerte et que les traditions et que la fantaisie était unique à certaines personnes et domaines précis. L'imagination étant une échappatoire à la finitude de la vie de tous les jours. Mais dans le cas présent, le fantasme devient partie prenante de la vie sociale.

Il se crée donc une nouvelle forme de masculinité dans la société japonaise. Comme Appadurai l'affirme "[...] dans l'engrenage entre le déploiement des vies et leur contrepartie imaginée se forme une variété de communautés imaginées qui génèrent de nouveaux types de politique et d'expression collective, et de nouveaux besoins de discipline et de surveillance sociale de la part des élites."(P.99)

Le lien qui existe entre imagination et vie sociale est de plus en plus globalisé, mais surtout déterritorialisé. Par déterritorialisation je n'entends pas ce mouvement de population vers une autre région géographique. Mais plutôt un retrait ou une mutation de son environnement immédiat. Les changements n'ont pas besoin d'être une déterritorialisation internationale. Selon Appadurai « Le monde en mouvement affecte aussi de minuscules espaces géographiques et culturels » (P108).

Il y a donc un démantèlement de la frontière entre le monde réel et l'imaginaire. L'hégémonie du *salaryman*, cet homme qui se doit de subvenir aux besoins de sa famille et d'être ce palier central, l'*ie*. Mais aussi de la société japonaise. Ce qui les contraignait à un imaginaire précis, celui de pilier de la nation. Alors que les femmes, avant 1990, étaient des femmes au foyer après leur mariage. Avec la crise économique et l'entrée des femmes sur le marché du travail, elles ont un nouveau pouvoir économique qui leur permet de nouvelles « voies de sortie » et peuvent donc repousser l'âge du mariage et le retrait de la vie en entreprise.

Néanmoins, les émotions, telles que l'affectivité, le romantisme, en somme l'amour, ne sont pas des matériaux bruts, préculturel et universels. Appadurai, affirme que l'affect est acquis.

Selon lui « de quoi convient-il de s'attrister ou de se réjouir, comment l'exprimer dans différents contextes, et l'expression des affects est-elle une simple extériorisation des sentiments intimes

(souvent supposé universels) » (P.216). Donc, comme les émotions sont construites selon les cultures et socialement situées.

### **Conclusion**

La crise économique a contribué à l'affaiblissement majeur du système entrepreneurial japonais qui se développe à partir des années 50. Ce qui affecte les relations de travail, augmente les mises à pied et ralentit l'embauche puis fait naître un sentiment d'inquiétude face à l'avenir.

Les jeunes, principalement ceux de sexe masculin, s'aperçoivent qu'il n'y a plus uniquement le travail dans une grande entreprise comme l'unique possibilité. Depuis 1990, au paroxysme de la crise, de nouvelles formes de travail sont valorisées et la masculinité est elle aussi affectée. Les *salarymans*, comme il en a été question dominaient les grandes entreprises nipponnes. La crise économique de 1990 force ces dernières à faire de nombreuses mises à pied et au même moment le gouvernement sous la direction d'Abe met en place des politiques qui encouragent une forte demande de main d'œuvre féminine, les femmes étant moins bien rémunérées que les hommes. Ces deux facteurs participent à une augmentation du travail précaire et journalier. L'effondrement de l'économie entraîne une crise des représentations qui touche le travail et la définition de ce qu'être un homme au Japon.

L'homme n'est plus uniquement représenté par l'image du *sarariiman* et la masculinité est plus fluide dans les descriptions et catégorisation est de nos jours. L'image hégémonique du *salaryman* qui était le modèle jusqu'en 1990 n'est plus l'unique représentation de l'homme, d'une part on remarque une plus grande féminisation des hommes (*mesuka*) ou encore une augmentation des *otakus* et des hommes refusant la vie en couple, en faveur de relations

amoureuses avec des personnages fictifs, ce qui engendre la naissance de discours sur la disparition des « vrais » hommes.

Cependant, même si des formes de masculinité alternatives ont une plus grande importance et sont de plus en plus acceptées, ces nouveaux types d'hommes sont définis par rapport à la norme qu'est le *sarariman*, il y a encore de nos jours des pressions imposées par les médias, la famille ou l'école pour que l'homme se plie à la norme sociale. Finalement, suite à l'écriture de ce texte une question m'apparaît, quelle influence avons-nous en tant que chercheurs sur le discours dominant, comme il est possible de le constater les recherches anthropologiques au Japon durant les années 90 étudiaient surtout les *salarymans* alors que de nos jours l'emphase est mise sur la marge telle que les *otakus*.

Cependant, il m'apparaît évident que de ne pas faire une recherche de terrain a eu un impact sur les données utilisées dans cette recherche. Faire l'interprétation des arguments présenter par d'autres auteurs et non par des *salarymans* ou *otakus* directement met en place des limites. Puis, la contrainte de limiter l'étude à uniquement deux formes de masculinités alors que plusieurs autres types d'hommes existent. Comme la majorité des recherches sur l'homme au Japon mettent l'accent sur ces deux types de masculinité, il serait essentiel que d'autres chercheurs s'attardent à d'autres formes de masculinités qui sont présentes dans la culture nipponne. D'autre part je proposerais même d'aller plus loin et de développer sur cette idée d'*herbivore men* (*Sōshoku danshi*) mise en place par Masahiro Morioka. Mais aussi de ne pas uniquement prendre en considération les personnages fictifs et d'étudier l'impact des avancés technologique principalement en robotique, comment les androïdes sont-ils utilisés dans la société. Suite à cette

recherche, sur le plan personnel je souhaiterais mettre une emphase plus importante sur les effets du capitalisme et du néo-libéralisme



## BIBLIOGRAPHIE

- ABEGGLEN, James C., 1958. *The Japanese Factory*, Glencoe, Ill.: Free Press.
- ADKINS, Lisa, 2001. « Cultural feminization: “money, sex and power” for women », *Signs: Journal of Women*, dans: *Culture & Society* 26(3), pp. 669–695.
- ALLISON, Anne, 1994. *Nightwork: Sexuality, Pleasure, and Corporate Masculinity in a Tokyo Hostess Club*, Chicago: University of Chicago Press.
- —2012, "Ordinary Refugees: Social Precarity and Soul in 21st Century Japan." *Anthropological Quarterly*, vol. 85 no. 2, pp. 345-370. Project MUSE
- —1995, “Company entertainment: co-mingling play and work”, *Senri Ethnological Studies* 40: 13-22.
- — 2013. «Precarious Japan», Durham: Duke University Press,248pp.
- APPADURAI, A. 2005. *Après le colonialisme : Les conséquences culturelles de la globalisation*. Paris, Petite bibliothèque Payot.
- BATES, Thomas R., 1975. « Gramsci and the Theory of Hegemony », *Journal of the History of Ideas*, Vol. 36, No. 2, p. 351-366.
- BERNIER, Bernard, 1990. « La transition au Japon. Le jeu des circonstances dans le passage au capitalisme », *Sociologie et sociétés*, vol. 22. No 1: 107-126.
- —1991. *Marxism and Social Theory*, manuscrit.
- —1994a. « La famille comme modèle/métaphore de l’entreprise au Japon. Les rapports historiques de la culture, de l’idéologie et des formes institutionnelles », *L’Ethnographie*, 90, 1 : 25-50.
- —1994b. « Le Japon, société sans classes ? », *Anthropologie et sociétés*, 18, 2 : 49-75.
- —1995. *Le Japon contemporain. Une économie nationale, Une économie morale*, Montréal : Les presses de l’Université de Montréal.
- —1998. « Watsuji Tetsurô, la modernité et la culture japonaise », *Anthropologie et sociétés*, 22, 3 : 35-58.

- —1999. « Évolution du contexte social des représentations du travail au Japon », dans : Descola, Philippe, Hamel, Jacques et Lemonnier, Pierre (eds.), *La production du social. Autour de Maurice Godelier*, Fayard.
- —2002. « The Japanese Economic Crisis and Globalization », *Labour, Capital and Society* 35:1, p. 74-103.
- —2003. « Les classes sociales et le Japon : idéologie de la communauté nationale et inégalités sociales », dans : *Lien social et Politiques*, no 49, pp. 113-129.
- —(avec la collaboration de Vincent Mirza), 2009. *Le Japon au Travail*, Les Presses de l'Université de Montréal.
- BERGER, Maurice, WALLIS, Brian et WATSON, Simon, 1995. *Constructing Masculinity*, Londres et Paris : Routledge.
- BLACK, Daniel. 2012. *The Virtual Idol: Producing and Consuming Digital Femininity* dans Galbraith, Patrick, W., and Karlin, Jason G. 2012, *Idols and Celebrity in Japanese Media Culture*. Basingstoke: Palgrave Macmillan UK, n.d.
- BOURDIEU Pierre, 2000 (1973). *Esquisse d'une théorie de la pratique, précédé de trois essais d'ethnologie kabyle*, Paris : Seuil. 114
- —1980a. *Le Sens pratique*, Paris, Ed. de Minuit.
- —1998. *La domination masculine*, Paris : Seuil, coll. Liber.
- BROCHIER, H. *Le miracle économique japonais*. Paris, Calmann-Lévy. 1965. 315 p
- BROD, Harry et KAUFMAN, Michael (eds.), 1994. *Theorizing Masculinities*, Thousand Oaks : Sage Publications.
- CASTORIADIS, Cornelius, 1975. *L'institution imaginaire de la société*, Paris, Seuil.
- CHALMERS, Norma J., 1989. *Industrial Relations in Japan: The Peripheral Workforce*, Londres: Routledge.
- COLE, Robert E., 1971. *Japanese Blue Collar: The Changing Tradition*, Berkeley: University of California Press.
- —1979. *Work Mobility, and Participation: A comparative Study of American and Japanese Industry*, Berkeley: University of California Press.

- COMAROFF, Jean and Comaroff, John, 1991. *Of Revelation and Revolution: Christianity, Colonialism and Consciousness in South Africa*, Chicago: Chicago University Press.
- CONDRY, Ian, « Love Revolution Anime, Masculinity, and the Future », in *Recreating Japanese Men*, 2011, PP.262-283
- Cornell, J. « Boyfriends for hire in Japan », *Vice*, YouTube, <https://www.youtube.com/watch?v=iPhr6N-c8as> . 16 septembre 2013.
- CONNELL, Robert, 1995. *Masculinities*, Berkeley: University of California Press
- CONNELL, Robert et MESSERSCHMIDT, James W., 2005. « Hegemonic Masculinity: Rethinking the Concept », *Gender Society*, 19, pp. 829-859.
- DASGUPTA, Romit, 2000. « Performing Masculinities : The Salaryman at Work and Play », *Japanese Studies*, 20 : 2, pp. 189-200.
- —2005. « Salaryman doing straight. Heterosexual men and the dynamics of gender conformity. Introduction », dans : MCLELLAND, Mark et DASGUPTA, Romit (eds.), 2005. *Genders, Transgenders and Sexualities in Japan*, Londres et NewYork: Routledge, pp. 168-182.
- —2011 «Emotional Spaces and Places of Salaryman Anxiety in Tokyo Sonata» , *Japanese Studies*, 31:3, 373-386
- DI LEONARDO, Micaela, 1991. *Gender at Crossroads of Knowledge: Feminist Anthropology in the Postmodern Era*, Berkeley: University of California Press.
- DUBUC, C.-E., 2009. *A Reinterpretation of Japanese Women's Language: Unfolding Female Managers' Experiences and Choices*. Thèse de doctorat, Department of Cultural Anthropology, University of Tokyo.
- DUFFY, R. « The Japanese Love Industry ». *Vice*, YouTube: <https://www.youtube.com/watch?v=qpZbu7J7UL4>. 22 octobre 2013
- EISENSTADT, Shmuel. N., 1996, *Japanese Civilization: A Comparative View*, Chicago: University of Chicago Press.
- FACKLER, Martin, 2007. « Career Women in Japan Find a Blocked Path », *The NewYork Times*, publié le 6 aout 2007. [http://www.nytimes.com/2007/08/06/world/asia/06equal.html?\\_r=0](http://www.nytimes.com/2007/08/06/world/asia/06equal.html?_r=0)

- FERGUSON, Harry, 2001. « Men and masculinities in late-modern Ireland », dans : Pease, B. et Pringle, K., *A Man's World? Changing Men's Practices in a Globalized World*, Londres : Zed Books.
- FISHER, Max. 2013 *Japan's sexual apathy is endangering the global economy*. in « The Washington Post » <https://www.washingtonpost.com/news/worldviews/wp/2013/10/22/japans-sexual-apathy-is-endangering-the-global-economy/> .
- FOWLER, Bridget (ed.), 2000. *Reading Bourdieu on Society and Culture*, Blackwell Publishers.
- FRÜHSTÜCK, Sabine et WALTHALL, Anne (eds.), 2011. *Recreating Japanese Men*, Berkeley: University of California Press.
- Galbraith, Patrick W, 2012. *Idols: The Image of Desire in Japanese Consumer Capitalism* dans Galbraith, Patrick, W., and Karlin, Jason G. 2012, *Idols and Celebrity in Japanese Media*
- — *Osamu Moet Moso: Imagining Lines of Eroticism in Akihabara.* " *Mechademia*, vol. 8, 2013, pp. 279-297. *Project MUSE*,
- — «'Otaku' Research and Anxiety About Failed Men» in *'Otaku' Research and Anxiety About Failed Men*, Bloomsbury, 2015, pp. 21-34
- — «Otaku sexuality in Japan» in *Routledge Handbook of Sexuality Studies in East Asia*, 2015, pp. 205-217
- GARON, Sheldon, 1987. *The State and Labor in Modern Japan*, Berkeley: University of California Press.
- — 2010. « State and Family in Modern Japan : a Historical Perspective », *Economy and Society*, 39:3, 317-336.
- GEERTZ, Clifford, 1973, *The Interpretation of Cultures*, New York, Harper.
- GENDA, Yuji, 2005, *A nagging sense of job insecurity: the new reality facing Japanese youth*, Tokyo : International House of Japan.
- GIDDENS, Anthony, 1979. *Central Problems in Social Theory: Action, Structure and Contradiction in Social Analysis*, Berkeley et Los Angeles: University of California Press.
- — 1991. « Structuration Theory: Past, Present and Future » dans : Bryant, Christopher et Jary, David (eds.), *Giddens's Theory of Structuration: A Critical Appreciation*, Londres: Routledge.

- GILL, Tom, 2001, *Men of Uncertainty: The Social Organization of Day Laborers in Contemporary Japan*, Alabany : State University of New York Press.
- —2003. « When Pillars Evaporate: Structuring Masculinity on the Japanese Margins » dans : ROBERSON, James et SUZUKI, Nobue (eds.), *Men and Masculinities in Contemporary Japan : Dislocating the Salaryman Doxa*, Londres : Routledge, pp. 144-161.
- GORDON, Andrew, 1985, *The Evolution of Labor Relations in Japan: Heavy Industry 1853-1955*, Boston: Harvard University Press.
- —1990. *Labor and Imperial Democracy in Prewar Japan*, Berkeley: University of California Press.
- —1993. « Contests for the Workplace », dans : Gordon, Andrew (ed.), *Postwar Japan as History*, Berkeley: University of California Press.
- —1998, *The Wages of Affluence: Labor and Management in Postwar Japan*, Boston: Harvard University Press.
- Gramsci, Antonio, *Prison Notebooks*, New York, Columbia University Press, Vol. 1 et 2, 1991, 1996.
- GUTMANN, Matthew C., 1997. « Trafficking in Men: the Anthropology of Masculinity», *Annual Review of Anthropology* 26, pp. 385-409.
- HALL, Kira et BUCHHOLTZ, Mary (eds.), 1995. *Gender Articulated: Arrangements of language and the socially constructed self*, Londres et New York: Routledge.
- HALL, Stuart, 1986, Gramsci's Relevance for the Study of Race and Ethnicity, *Journal of Communication Inquiry*, 10: 5.
- —, 1988, « The toad in the garden : Thatcherism among the Theorists », dans : Nelson, Cary and Grossberg, Lawrence (eds.), *Marxism and interpretation of Culture*, Urbana : University of Illinois Press, pp. 35-74.
- —1996, « Gramsci's Relevance for the Study of Race and Ethnicity », *Journal of Communication Inquiry*, 10: 5.
- HANE, Mikiso, 1972. *Japan, a Historical Survey*, New York, Charles Scribner's Sons.
- HARNEY, Alexandra, 2009. « The Herbivore's Dilemma. Japan panics about the rise of "grass-eating men," who shun sex, don't spend money, and like taking walks», *Slate.com*, publié le 15

- juin 2009, [http://www.slate.com/articles/news\\_and\\_politics/foreigners/2009/06/the\\_herbivores\\_dilemma.single.html](http://www.slate.com/articles/news_and_politics/foreigners/2009/06/the_herbivores_dilemma.single.html)
- HAWORTH, Abigail. 2013. *Why have young people in japan stopped having sex?* in « The Guardian » <https://www.theguardian.com/world/2013/oct/20/young-people-japan-stopped-having-sex>
  - HEARN, Jeff et MORGAN, David H. J. (eds.), 1990. *Men, Masculinities and Social Theory*, Londres: Unwin Hyman.
  - HENDRY, Joy, 2003. *Understanding Japanese Society*, Londres : Routledge.
  - HIGATE, Paul, 2003. *Military masculinities: Identity and the state*, Londres: Praeger.
  - HSU, Francis L. K., Iemoto, *the Heart of Japan*, New York, John Wiley and Sons, 1975.
  - HUBER, Thomas M., 1981, *The Revolutionary Origins of Modern Japan*, Stanford: Stanford University Press.
  - HUNT, Alan, 1990, *Rights and Social Movements: Counter-Hegemonic Strategies*, *Journal of Law and Society*, Vol. 17, No. 3, pp. 309-328.
  - HYÔDÔ, Tsutomu. 1997, *Rôdo no sengoshi*, Tokyo, Tokyo daigaku shuppankai, vol. 1 et 2.
  - IIDA, Yumiko, 2005. « Beyond the ‘feminization of masculinity’: transforming patriarchy with the ‘feminine’ in contemporary Japanese youth culture », *Inter-Asia Cultural Studies*, 6:1, pp. 56-74.
  - *Relations: A Journal of Economy and Society*, vol. 18(2), pp. 184-196.
  - JAPAN TRAVEL BUREAU, 1997 (1986). *Illustrated « Salaryman » in Japan*, Tokyo :JTB.
  - JOLIVET, M., 1985. *L’université. au service de l’économie japonaise*. Paris, Economica.
  - KARLIN, Jason G. 2012, *Through a Looking Glass Darkly: Television Advertising, Idols, and the Making of Fan Audiences*. dans Galbraith, Patrick, W., and Karlin, Jason G. 2012, *Idols and Celebrity in Japanese Media Culture*. Basingstoke: Palgrave Macmillan UK, n.d.
  - KARIYA, Takehiko et DORE, Ronald, 2006. « Japan at the Meritocracy Frontier: From Here, Where? », *The Political Quarterly*, vol. 77, Issue Supplement s1, juin, pp.134-156.
  - KELLY, William W., 1986, « Rationalization and nostalgia: cultural dynamics of new middle-class Japan », *American Ethnologist* 13, 4 : 603-618.
  - KIMOTO, Kimiko, 2005. *Gender and Japanese Management*, Melbourne : Trans Pacific Press.

- KONDO, Dorinne K., 1990, *Crafting Selves: Power, Gender, and Discourses of Identity in a Japanese Workplace*, Chicago: The University of Chicago Press.
- KUMAGAI, Keichi, 2012. « Herbivorous Boy, Otaku, or Petit-Nationalist? Floating Japanese Men, Masculinity and National Integrity », dans: Kolesova, Elena et Scott, Wilson (eds.), *Cool New Asia: Asian Popular Culture in a Local Context*, Unitech ePress.
- KURTZ, Donald V., 1996. « Hegemony and Anthropology: Gramsci, exegeses, reinterpretations », *Critique of Anthropology*, 16: 103.
- LAMARRE, Thomas. 2013. « Cool, Creepy, Moé: Otaku Fictions, Discourses, and Policies ». *Diversité urbaine*, vol. 13, n° 1, p. 131-152.
- —2013. « manga life: Tezuka ... » *Annual 2013*, p. ix+. *Academic OneFile*,
- — « Anime Machine : A Media Theory of Animation », university of Minnesota. 2009 Press, p 425.
- LECHEVALIER, Sébastien, Nanta, Arnaud, Tiberghien, Yves (eds.), 2011. *La grandetransformation du capitalisme japonais, 1980-2010*, Paris : Presses de Science Po.
- LINHART, Sepp, 1988, « From industrial to postindustrial society: changes in Japanese leisure related values and behavior », *Journal of Japanese Studies* 14(2): 271-308.
- LO, Jeannie, 1990. *Office Ladies, Factory Women: Life and Work at a Japanese Company*, Armonk, New-York: M. E. Sharpe.
- LUNSING, Wim, 2001. *Beyond Common Sense: Sexuality and Gender in Contemporary Japan*, Londres, New York et Bahrain: Kegan Paul.
- — 2003, « What masculinity? Transgender practices among Japanese men », dans : ROBERSON, James et SUZUKI, Nobue (eds.), *Men and Masculinities in Contemporary Japan : Dislocating the Salaryman Doxa*, Londres : Routledge, pp. 1-19.
- MARSHALL, Byron K., 1967. *Capitalism and Nationalism in Prewar Japan: The Ideology of the Business elite, 1868-1941*, Stanford, Stanford University Press.
- MASAHIRO, Yamada, 2000. « The Growing Crop of Spoiled Singles », *Japan Echo*, vol. 27, no 3, pp. 49-53.
- MATHEWS, Gordon, 1996. *What Makes Life Worth Living: How Japanese and Americans Make Sense of their Worlds*, Berkeley et Los Angeles: University of California Press.

- —2003, « Can a “real man” live for his family? Ikigai and family in today’s Japan », dans : ROBERSON, James et SUZUKI, Nobue (eds.), *Men and Masculinities in Contemporary Japan : Dislocating the Salaryman Doxa*, Londres: Routledge, pp. 109-125.
- MCLELLAND, Mark et DASGUPTA, Romit (eds.), 2005. *Genders, Transgenders and Sexualities in Japan*, Londres et New York: Routledge.
- MESSERSCHMIDT, James W. 1997. *Crime as structured action: Gender, race, class and crime in the making*, Thousand Oaks: Sage.
- MEUSER, Michael, 2003. « Modernized masculinities? Continuities, challenges and changes in men’s lives », dans: Ervø, S. et Johannson, T. (eds.), *Among Men: Moulding Masculinities*, Londres: Ashgate.
- MILLER, Laura, 2003. « Male beauty work in Japan », dans : ROBERSON, James et SUZUKI, Nobue (eds.), *Men and Masculinities in Contemporary Japan : Dislocating the Salaryman Doxa*, Londres : Routledge, pp. 20-36.
- MINISTRY OF HEALTH, LABOR AND WELFARE, 2010. « Annual Health, Labour, and Welfare Report 2010-2011 », White Papers and Reports, <http://www.mhlw.go.jp/english/wp/wp-hw5/01.html>.
- —2013. « Survey on employment trends 2012/2013 », The Japan Institute for Labor Policy and Training, <http://www.jil.go.jp/english/workinglifeprofile/2012-2013/04.html>.
- MIRZA, Vincent, 2007, *La crise et le sens du travail au Japon : morale, identité et liberté chez les jeunes adultes de Tokyo*, Thèse présentée à la Faculté des études supérieures en vue de l'obtention du grade de Ph.D. en anthropologie, Université de Montréal.
- —2008. « Les furita et la définition du travail temporaire au Japon », *Anthropologie et sociétés*, vol. 32, pp. 42-47.
- —2010. « Crise, travail et mariage chez les jeunes femmes à Tokyo : morale, liberté et flexibilisation de la main d’oeuvre », *Anthropologie et sociétés*, vol. 34, n. 2, pp. 65-81.
- MUEHLEBACH, A. & SHOSHAN, N. "Introduction." *Anthropological Quarterly*, vol. 85 no. 2, 2012, pp. 317-343. Project MUSE
- NAPIER, Susan « Where all the salarymen gone? *Masculinity, masochism, and technomobility in Densha Otoko*» in *Recreating Japanese Men*, 2011, PP. 154-176

- NEARY, Ian, 1997. « Burakumin in contemporary Japan », dans : Weiner, Michael (ed.), *Japan's Minorities: The Illusion of Homogeneity*, Londres et New York: Routledge.
- NISHIDA, Kohzo, 1984, « Social relations and Japanese-style management: internal and external ittaika-mode relations of Japanese enterprises », *Japanese Economic Studies*, 12(3): 21-63.
- OGASAWARA, Yuko, 1998. *Office Ladies and Salaried Man: Power, Gender, and Work in Japanese Companies*, Berkeley: University of California Press.
- O'NEILL, Bruce. 2017. *The Space of Boredom: Homelessness in the Slowing Global Order*. Durham: Duke University Press
- ONG, Aihwa et PELETZ, Michael G. (eds.), 1995. *Bewitching Women, Pious Men: Gender and Body Politics in Southeast Asia*, Berkeley: University of California Press.
- ORTNER, Sherry B., 2006, *Anthropology and Social Theory: Culture, Power, and the Acting Subject*, Durham: Durham University Press.
- PLATH, David, 1964, *The Afterhours : Modern Japan and the Search for Enjoyment*, Berkeley et Los Angeles: University of California Press.
- REYNA, Stephen P., 1994, « Unsocial Analyses: Habitus, Hegemony, and Self », *Reviews in Anthropology*, Vol. 23, pp. 189-203.
- REISCHAUER, Edwin O., 1973, *Histoire du Japon et des Japonais*, Paris : Seuil.
- ROBERSON, James E., 1998, *Japanese Working Class Live: An Ethnographic Study of Factory Workers*, Londres: Routledge.
- —2003, « Japanese working-class masculinities: marginalized complicity », dans : ROBERSON, James et SUZUKI, Nobue (eds.), *Men and Masculinities in Contemporary Japan : Dislocating the Salaryman Doxa*, Londres : Routledge, chapitre 8, pp. 126-143.
- ROBERSON, James E., 1995. « Becoming Shakaijin: Working Class Reproduction in Japan », *Ethnology*, vol. 34, n. 4, automne, pp. 293-313.
- — 2005. *Fight!! Ippatsu!!" Genki Energy Drinks and the Marketing of Masculine Ideology in Japan*. *Social Science Japan Journal*, 7(4): 365-384.
- ROBERSON, James E. et SUZUKI, Nobue, 2003, *Men and Masculinities in Contemporary Japan : Dislocating the Salaryman Doxa*, Londres : Routledge.

- ROBERTSON, Jennifer, 1998. *Takarazuka: Sexual Politics and Popular Culture in Modern Japan*, Berkeley: University of California Press.
- — 2005, *A Companion to the Anthropology of Japan*, Oxford: Blackwell Publishing Ltd.
- ROBERTS, Glenda S., 1994. *Staying on the Line: Blue-Collar Women in Contemporary Japan*. Honolulu: University of Hawaii Press.
- ROBERTS, Paul, 1993. «Social control and the censure(s) of sex », *Crime, Law and Social Change* 19 (2), pp. 171-86.
- ROHLEN, Thomas P., 1974a, *For Harmony and Strength: Japanese White-Collar Organization in Anthropological Perspective*, Berkeley: University of California Press.
- —1974b, « Sponsorship of cultural continuity in Japan: a company training program », dans : T. S. Lebra and W. Lebra (eds.) *Japanese Culture and Behavior*, Honolulu: University of Hawaii Press.
- Ryang, Sonia. *Love in Modern Japan : Its Estrangement from Self, Sex, and Society*. Routledge, 2006.
- SABOURET, Jean-François, 1983. *L'autre Japon*, Paris, Éditions de la Découverte.
- —1985. *L'empire du concours : lycéens et enseignants au Japon*, Paris: editions Autrement
- Styles, Ruth. 2013 *Celibacy syndrome: Why Japan's 20-somethings have stopped having sex - and prefer virtual girlfriends to the real thing*. in « The Daily Mail » <http://www.dailymail.co.uk/femail/article-2473167/Why-Japans-20-somethings-stopped-having-sex.html> .
- Suzuki, A. 2007. *Gender and Career in Japan*. Melbourne, Trans Pacific Press.
- THOMANN, Bernard, 2008. *Le salarié et l'entreprise dans le Japon contemporain - Formes, genèse et mutations d'une relation de dépendance (1868-1999)*, Paris : Indes Savantes (Les).
- TACHIBANAKI, Toshiaki, 2010. *The New Paradox for Japanese Women : GreaterChoice, Greater Inequality*, Tokyo : International House of Japan.
- TSUCHIYA, Moriaki, 1979. « The Japanese business as a capsule », *Japanese Economic Studies* 8(1): 8-41.
- TSUTAMORI, Tatsuru, 1999. *Hajimete kataru menzu ribu hihyô*, Tokyo: Tokyo
- Shoseki.

- TSUTSUI, William M., 1998, *Manufacturing Ideology: Scientific Management in Twentieth-Century Japan*, Princeton: Princeton University Press.
- VALENTINE, James, 1990, « On the borderlines: the significance of marginality in Japanese society », dans : Ben-Ari, Eyal, Moeran, Brian, Valentine James (eds.) *Unwrapping Japanese Society*, Londres : Routledge, Chap. 3.
- VOGEL, Erza F., 1971 (1963), *Japan's New Middle Class: The Salary Man and His Family in a Tokyo Suburb*, Berkeley: University of California Press.
- WATSUJI, Tetsurô, 1996 (1937), *Watsuji Tetsurô's Rinrigaku: Ethics in Japan trans. from the first half of Rinrigaku vol. 1 (traduit par Seisaku Yamamoto et Robert Carter)*, Albany: State University of New York Press.
- WEBER, Max, 1971 (1921), *Économie et société*, traduction du tome 1, Paris, Plon
- WEST, Mark D. « lovesick japan: sex, marriage, romance, law », Cornell University, États-Unis d'Amérique, 2011
- WHITE, D, and GALBRAITH, P. 2019. "Japan's Emerging Emotional Tech." *Anthropology News website*, January 25, 2019. DOI: 10.1111/AN.1070
- WORTHLEY, R., B. McNab, R. Brislin, K. Ito et E. L. Rose, 2009. « Workforce Motivation in Japan : An Examination of Gender Differences in Management Perceptions », *The International Journal of Human Resource Management*, vol. 20, n°7, p. 1503- 1520.
- Survey: Annual population and Social Security Surveys. The National Fertility Survey by National institute of population and social security research. 2011, [http://www.ipss.go.jp/sitead/index\\_english/Survey-e.asp](http://www.ipss.go.jp/sitead/index_english/Survey-e.asp)