

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À TROIS-RIVIÈRES

**PRODUCTION, DISPONIBILITÉ ET CONSOMMATION DE RESSOURCES
SATISFATOIRES À CARACTÈRE SEXUEL POUR HOMMES AU JAPON**

**THÈSE PRÉSENTÉE
COMME EXIGENCE PARTIELLE
DU DOCTORAT EN LETTRES,
CONCENTRATION COMMUNICATION SOCIALE**

**PAR
CHANTAL PIOCH**

JUIN 2025

Université du Québec à Trois-Rivières

Service de la bibliothèque

Avertissement

L'auteur de ce mémoire, de cette thèse ou de cet essai a autorisé l'Université du Québec à Trois-Rivières à diffuser, à des fins non lucratives, une copie de son mémoire, de sa thèse ou de son essai.

Cette diffusion n'entraîne pas une renonciation de la part de l'auteur à ses droits de propriété intellectuelle, incluant le droit d'auteur, sur ce mémoire, cette thèse ou cet essai. Notamment, la reproduction ou la publication de la totalité ou d'une partie importante de ce mémoire, de cette thèse et de son essai requiert son autorisation.

UNIVERSITÉ DU QUÉBEC À TROIS-RIVIÈRES

Cette thèse a été dirigée par :

François Guillemette, directeur de recherche

Université du Québec à Trois-Rivières

Ikuo Aizawa, codirecteur

Ryukoku University

Jury d'évaluation de la thèse :

Marie-Josée Plouffe, présidente de jury

Université du Québec à Trois-Rivières

François Guillemette, directeur de recherche

Université du Québec à Trois-Rivières

Ikuo Aizawa, codirecteur

Ryukoku University

Bernard Bernier

Université de Montréal

Christine Thoër, évaluateuse externe

Université du Québec à Montréal

Thèse soutenue le 25 04 2025

TABLE DES MATIÈRES

LISTE DES FIGURES	XV
LISTE DES TABLEAUX	XVII
REMERCIEMENTS.....	19
PRÉAMBULE	23
NOTES CLARIFICATRICES	23
i. Création du terme satisfatoire.....	23
ii. Linguistique:	23
Traduction et anglicisme	23
Les mots étrangers et l'anglicisme en japonais	24
Le système d'écriture japonais	24
Signes typographiques et organisation textuelle.	26
iii. Contenu.....	27
Traduction.....	27
Références ressources étrangères.	27
Omission de certaines références.	27
Utilisation de photos, images et extraits vidéo.....	27
INTRODUCTION	28
UNE RECHERCHE SCIENTIFIQUE ÉVOLUTIVE.....	28
 CHAPITRE I.....	34
LA PROBLÉMATIQUE	34
1.1 Conséquences et répercussions de la violence sexuelle	34
1.1.1 Sur le plan de la personne	35
1.1.2 Sur le plan sociétal.....	35
1.1.3 Le Canada, sur le plan gouvernemental (politique et économique)	37
1.2 Objet de recherche initial.....	39
1.3 Le cas unique du Japon.....	41
1.3.1 Pourquoi ce phénomène unique est-il intéressant?	43
1.4 Exploration Japon vs Canada	44
1.4.1 Comparaison sur le plan de la violence sexuelle	44
1.4.2 Angle d'étude privilégié	45
1.5 Portrait comparatif - conclusions préliminaires	47
1.5.1 La communauté – Japon vs Canada.....	47
1.5.1.1 Démographie	48
1.5.1.2 Économie	48
1.5.1.3 Indice de développement humain.....	49
1.5.1.4 Population.....	49
1.5.1.5 Communauté – Conclusion.....	50
1.5.2 Taux de criminalité – Japon vs Canada	51
1.5.2.1 Taux de violence sexuelle.....	52
1.5.2.2 Violences sexuelles réglées par les tribunaux	53

<i>1.5.2.3 Criminalité – Conclusion.....</i>	53
1.5.3 Politique et législation – Japon vs Canada	54
<i>1.5.3.1 Processus pénal</i>	55
<i>1.5.3.2 Sentence</i>	56
<i>1.5.3.3 Politique et législation – Conclusion.....</i>	57
1.6 Portrait comparatif-découvertes collatérales	57
1.6.1 Le phénomène des chikan「痴漢」.....	58
<i>1.6.1.1 Mesures publiques</i>	59
<i>1.6.1.2 Mesures médiatiques.....</i>	59
<i>1.6.1.3 Chikan 「痴漢」- conclusion</i>	60
1.6.2 La place prépondérante de ressources à caractère sexuel pour homme.....	61
1.6.3 Les représentations occidentales du contexte sexuel japonais	61
<i>1.6.3.1 Représentations des comportements sexuels dans les communications médiatiques occidentales</i>	61
<i>1.6.3.2 Traitement médiatique occidental – conclusion</i>	63
1.6.4 Représentations et considération des comportements sexuels au Japon sur la scène internationale	64
<i>1.6.4.1 Considérations et exhortations du CEDAW</i>	65
<i>1.6.4.2 Explications des représentants du Japon.....</i>	65
<i>1.6.4.3 Réaction de l'Institute of Contemporary Media Culture Representative and Designer du Japon</i>	66
<i>1.6.4.4 Communication et représentations de la scène internationale sur le Japon – conclusion</i>	67
1.7 Portrait comparatif - conclusion	69
1.7.1 Premier constat	69
1.7.2 Deuxième constat.....	70
1.8 En conclusion de ce premier chapitre.....	71
 CHAPITRE II	73
ÉVOLUTION ET ORIENTATION DE L'ÉTUDE	73
2.1 Le Japon, un terrain de contradiction	73
2.2 Un nouveau phénomène unique	74
2.3 Orientation du phénomène à l'étude.....	75
2.3.1 Pertinence de l'orientation d'étude	76
2.3.2 Conceptualisation du phénomène à l'étude	77
<i>2.3.2.1 La sexualité.....</i>	77
<i>2.3.2.2 Les Japonais</i>	78
<i>2.3.2.3 La pornographie</i>	78
<i>2.3.2.4 Normes et Déviance.....</i>	80
<i>2.3.2.5 Concept de satisfatoire</i>	82
 CHAPITRE III	83
MÉTHODOLOGIE.....	83
3.1 Fondements de la MTE	83
3.2 Démarche générale	84
3.2.1 Source de données	85

3.2.2 Circularité entre la collecte et l'analyse des données	86
3.2.3 Ouverture transdisciplinaire.....	87
3.2.4 Échantillonnage et saturation théorique.....	88
3.2.5 Procédures analytiques	89
3.2.6 Le codage.....	90
3.2.7 Stratégies pour assurer la rigueur du processus.....	92
3.3 Terrain à l'étude.....	94
3.3.1 Préparation du terrain à l'étude.....	95
3.3.2 Accès au terrain à l'étude	96
3.3.2.1 <i>Modalités qui ont favorisé l'accès au terrain.</i>	97
3.3.3 Bénéfices de l'étude de terrain <i>in situ</i>	97
3.3.4 Sources d'observation.....	99
3.3.4.1 <i>L'espace public</i>	99
3.3.4.2 <i>Les espaces publics</i>	99
3.3.4.3 <i>Les espaces publics et l'espace public</i>	100
3.3.5 Adaptation culturelle	101
3.3.6 Le <i>nomikai</i> 「飲み会」	102
3.3.6.1 <i>Protocoles conventionnels</i>	103
RÉSULTATS	105
LES RESSOURCES SATISFATOIRES DANS LES ESPACES PUBLICS ET L'ESPACE PUBLIC.....	105
4.1 LES RESSOURCES SATISFATOIRES INTERACTIONNELLES	106
4.1.1 Rencontres informelles et interactions sociales dans les espaces publics .	106
4.1.1.1 <i>Interactions, modes et codes communicationnels culturels</i>	106
L' <i>omiyage</i> 「お土産」.....	107
4.1.1.2 <i>Dénominations</i>	107
Le suffixe honorifique formel - <i>sama</i> 「さま」.....	108
Le suffixe honorifique - <i>san</i> 「さん」.....	108
Le suffixe honorifique - <i>sensei</i> 「せんせい」.....	108
Le suffixe - <i>chan</i> 「ちゃん」	109
Exemple avec notre position.....	109
4.1.1.3 <i>Position dans la société</i>	110
Uchi「内」et soto「外」, un reflet de la distinction entre les groupes sociaux	110
Tatemae「立前」et Honne「本音」: représentation de soi en public et sentiments véritables.....	111
4.1.2 Les <i>rabu hoteru</i> 「ラブホテル」 ou Love Hotels.....	112
4.1.2.1 <i>Description générale</i>	113
4.1.2.2 <i>Discretion et respect de l'intimité</i>	116
4.1.2.3 <i>Services</i>	116
4.1.2.4 <i>Usagers</i>	120
4.1.3 Les <i>kyabakura-club</i> 「キャバクラ」(cabaret) et <i>kurabu</i> 「クラブ」(club).	123
4.1.3.1 <i>Description générale</i>	124
4.1.3.2 <i>Les hosutesu</i> 「ホステス」ou <i>kyabajō</i> 「キャバ嬢」.....	125

4.1.3.3 Services	127
4.1.3.4 Services en ligne	130
4.1.4 Les sunakku bā 「スナック・バー」 ou mama kafe 「ママカフェ」	131
4.1.4.1 Description générale	131
4.1.4.2 Services	132
4.1.5 Les gāruzu bā 「ガールズバー」	133
4.1.6 Les sōpurando (soaplands) 「ソープランド」	134
4.1.6.1 Description générale	134
4.1.6.2 Services	135
4.1.6.3 Services en ligne	136
4.1.7 Les pinku saron 「ピンクサロン」 ou salon rose.	136
4.1.8 Le Deribarī herusu 「デリバリーヘルス」	137
4.1.9 Autres types de services visant la clientèle masculine	138
4.1.9.1 Un service « Dormir avec et sur ».....	138
4.1.9.2 Nettoyage d'oreilles	139
4.1.9.3 Bar à lait	139
4.1.9.4 Bar « d'exposition ».....	139
4.1.9.5 Les maid cafes (meido kafe 「メイドカフェ」) ou maid kissa 「メイド喫茶」	140
4.1.9.6 La location de petite amie.....	141
4.1.9.7 Le papa-katsu 「パパ活」/littéralement : « activités de papa »	142
4.2 LES RESSOURCES SATISFACTORIRES MATERIELLES	142
4.2.1 Librairies.....	142
4.2.2 Les konbini	144
4.2.3 Magasin tout public Don Quijote 「ドン・キホーテ」	147
4.2.4 Les pharmacies	147
4.2.5 Les machines distributrices.....	148
4.2.6 Amazon Japon	149
4.2.7 Magasins publics pour adultes.....	150
4.2.7.1 Le plus célèbre : M's Pop Life	150
4.2.7.2 Autres magasins dédiés aux adultes	153
4.2.8 Les « cabines ».....	154
4.2.9 Les Rabudōru 「ラブドール」 (Love doll soit littéralement : poupée d'amour)	154
4.3 MÉDIATISATION DES RESSOURCES SATISFACTORIRES SUR LA SCÈNE CULTURELLE	157
4.3.1 Publicité et espaces publicitaires	158
4.3.1.1 Dans les espaces publics	158
4.3.1.2 Dans l'espace public.....	159
Publicité à la télévision.....	159
Publicité sur les réseaux sociaux.	161
Publicité à caractère pornographique sur Internet.	162
Petites annonces à caractère déviant.....	162
4.3.2 Entreprise privée et médiatisation dans l'espace gouvernemental	163
4.3.3 Médiatisation des ressources satisfactoriées, l'exemple de Tenga.....	165

4.3.4 Festivals et évènements médiatiques	167
4.3.4.1 <i>Kanamara Matsuri</i> 「かなまら祭り」(Le Festival de Kanamara) soit « le festival du phallus »	167
4.3.4.2 <i>Ibento</i> 「イベント」(event) et <i>kosupure-fesutibaru</i> (cosplay festival) ou <i>kosupure-fesu</i> 「コスプレフェス」.....	168
4.3.4.3 <i>Le komikku-māketto</i> 「コミックマーケット」(Comic Market) ou <i>comiketo</i> 「コミケット」(Comiket).	169
4.3.4.4 <i>Exposition de cosplay sur les espaces extérieurs du Comiket</i> 170	
4.3.4.5 Autres types de manifestations de cosplay.....	172
4.3.4.6 Festival « porno réalité virtuelle ».	173
4.3.4.7 Évènements « rencontres d'actrices de l'industrie de la pornographie »	175
4.3.5 Internet.....	176
4.3.5.1 <i>Pornographie en libre accès</i>	177
4.3.6 Télévision japonaise publique.	180
4.3.6.1 <i>Les personnes du monde du divertissement pour adultes</i>	182
Les personnages.....	183
Les performeurs et les sportifs.....	185
Les représentations de genres.....	186
Une identité publique.....	186
4.4 ACCÈS AUX RESSOURCES SATISFACTORIRES	187
4.4.1 Quartiers	187
4.4.2 Guides	190
 CHAPITRE V	192
DISCUSSION	192
5.1 CONCEPT DE RESSOURCES SATISFACTORIRES	192
5.2 Influences majeures	193
5.2.1 Les dichotomies <i>uchi</i> 「内」, <i>soto</i> 「外」, <i>tatemae</i> 「立前」, <i>honne</i> 「本音」... 193	
5.2.2 Le sens des mots	194
5.2.3 La place de l'alcool.....	196
5.2.3.1 <i>Ressource économique</i>	197
4.2.3.2 <i>Médiatisation</i>	197
4.2.3.3 <i>Rôle social de l'alcool</i>	198
4.2.3.4 <i>Perception sociale</i>	198
Pour conclure.....	199
5.3 LE DIVERTISSEMENT POUR ADULTES	199
5.3.1 Dénotiations et concepts autour des ressources satisfactoriées.....	200
5.3.1.1 <i>Le concept d'iyashi</i> 「癒し」.....	201
5.3.2 Les services satisfactoriés interactionnels avec prestations physiques	203
5.3.2.1 <i>Les soaplands</i>	203
5.3.2.2 <i>Les services deriheru</i> (delivery health).....	204
5.3.3 Les services satisfactoriés interactionnels sans contacts physiques	205
5.3.3.1 <i>Les hôtesses de clubs</i>	205
5.3.3.2 <i>Les maid cafes ou meido kissa</i>	206
5.3.3.3 Pour conclure	209

5.3.4	Les ressources satisfatoires matérielles	209
5.3.4.1	<i>Les Love dolls</i>	210
5.3.4.2	<i>L'exemple de Tenga</i>	211
5.3.5	Produits artistiques culturels-Fictions, fantasmes et déviances	212
5.3.5.1	<i>Exemples de genres et leur catégorisation</i>	213
5.3.5.2	<i>Du kawaii au hentai : une gradation des représentations</i>	213
5.3.5.3	<i>La controverse autour du lolicon</i>	213
5.3.5.4	<i>Le hentai dans le regard occidental</i>	214
5.3.5.5	<i>Succès international, hypothèse</i>	215
5.3.5.6	<i>Héritage culturel et esthétique des représentations</i>	215
5.3.5.7	<i>Une économie affective et sociale culturelle</i>	215
5.3.5.8	<i>La mouvance de l'iyashi</i>	216
5.3.6	Divertissement pour adultes - conclusions	216
5.3.6.1	<i>Le concept d'iyashi</i>	217
5.3.6.2	<i>Esthétique et sublimation</i>	217
5.3.6.3	<i>Fiction, imaginaire et innovation</i>	217
5.3.6.4	<i>Une dissociation culturelle du sexe</i>	218
5.3.6.5	<i>Une économie sexuelle et affective globale</i>	218
5.3.6.6	<i>En conclusion</i>	218
5.4	DES DÉVIANCES ASSUMÉES	219
5.4.1	Petites annonces à caractère déviant	219
5.4.2	En conclusion	220
5.5	UN ENCADREMENT NORMÉ ET LÉGIFÉRÉ	221
5.5.1	Respect et consentement	221
5.5.1.1	<i>Influence culturelle et normes sociales</i>	222
5.5.1.2	<i>Esthétique relationnelle et harmonie sociale</i>	223
5.5.1.3	<i>Préservation de l'image et réputation</i>	223
5.5.1.4	<i>Sécurité privée</i>	223
5.5.2.4	<i>En conclusion</i>	223
5.6	Une économie florissante	224
5.6.1	Les Love Hotels	224
5.6.2	Les <i>sex-shops</i> et boutiques spécialisées	224
5.6.3	Services satisfatoires interactionnels	225
5.6.4	La production de vidéos pour adultes	225
5.6.5	Manga, <i>Anime</i> , Jeux Vidéo et Produits Dérivés	225
5.6.6	Love doll	226
5.6.7	Compagnie Tenga	226
5.6.8	L'impact économique indirect : la consommation d'alcool	226
5.6.9	Conclusion	227
5.7	CONSTRUCTION THÉORIQUE FINALE	227
5.7.1	Énoncé central	230
5.8	Hypothèse	231
5.8.1	Pour faire suite	231
	THÉORISATION	233
6.1	DÉROULEMENT	233
6.1.1	Origine	233

6.1.2	Évolution de l'exploration.....	233
6.1.3	Focus sur les ressources satisfatoires.....	234
6.2	CONSTATS DÉCOULANT DES RÉSULTATS.....	234
6.2.1	Cadre légal et culturel unique	234
6.2.2	Concepts de fonds.....	235
6.3	divertissement pour adulte et diversité des ressources	235
6.3.1	Fantasmes et fantaisies	235
6.3.2	Ressources satisfatoires pour femmes	236
6.3.3	Esthétisme et art.....	237
6.3.4	Fiction	237
6.3.5	Déviances, fantasmes et fantaisies.....	238
6.4	POINTS SAILLANTS	238
	EN CONCLUSION	240
7.1	Réflexions sur la démarche méthodologique et son apport à la recherche.....	241
	PERSPECTIVES POUR DE NOUVELLES RECHERCHES.....	242
8.1	PROPOSITION D'UN PROGRAMME DE RECHERCHE BASÉ SUR LES RÉSULTATS DE LA THÈSE.....	242
8.1.1	Fondements.....	242
8.1.2	Objectifs du programme	243
8.1.3	Axes thématiques prioritaires	245
	Références	248

LISTE DES FIGURES

Figure 1 <i>Iceberg populationnel – position meurtriers sexuels</i>	40
Figure 2 <i>Populations du Canada et du Japon en 2017.....</i>	49
Figure 3 <i>Proportions hommes-femmes au Canada et au Japon, 2017</i>	50
Figure 4 <i>Taux de violence sexuelle au Japon et au Canada 2016</i>	52
Figure 5 <i>Exemples de divers types d'harceleurs sexuels dans le métro japonais</i>	58
Figure 6 <i>Représentation de l'espace à l'étude et de l'espace exclu de l'étude</i>	95
Figure 7 <i>Ryukoku Criminology Research Center (CrimRC).....</i>	98
Figure 8 <i>Enseigne de prix extérieure- Hôtel Le Pays Blanc, Shibuya, Tōkyō</i>	113
Figure 9 <i>Différentes façades de Love Hotels au Japon</i>	115
Figure 10 <i>Exemple de panneau de choix de chambre.....</i>	116
Figure 11 <i>Exemples de thématiques de chambres.....</i>	118
Figure 12 <i>Exemples d'affichage d'offres et de plan de célébrations pour filles.....</i>	121
Figure 13 <i>Devanture d'un club d'hôtesses.</i>	126
Figure 14 <i>Club d'hôtes.....</i>	127
Figure 15 <i>Oreillers partenaires.....</i>	139
Figure 16 <i>Tachiyomi en librairie</i>	144
Figure 17 <i>Tachiyomi au konbini.....</i>	144
Figure 18 <i>Section magazine, livres et manga dans un konbini</i>	146
Figure 19 <i>Sexshop M's Pop Life, Tōkyō</i>	151
Figure 20 <i>Offre de la société Tenga ciblant les nouveaux votants de 18 et 19 ans.....</i>	164
Figure 21 <i>Offre de réduction de l'entreprise Tsujiri pour tout votant (élection 2015). .</i>	164
Figure 22 <i>TENGA x Keith Haring.....</i>	166
Figure 23 <i>Publicité pour les produits de Saint-Valentin et boutiques éphémères Tenga TENGA Chocolate » /TENGA チョコレート/</i>	166
Figure 24 <i>Cosplayeuse Japonaise professionnelle au Comiket (Natsu komi) 2018</i>	171
Figure 25 <i>Autre cosplayeuse s'exposant à la convention Comiket</i>	171
Figure 26 <i>Exemple d'affluence d'une des salles d'exposants du Comiket</i>	172
Figure 27 <i>Bannière du site de l'organisation de l'Adult VR Expo.....</i>	175
Figure 28 <i>Le comédien Reizā-ramon Hādogei</i>	183
Figure 29 <i>La mascotte Oshiri ningēn 「おしり人間」(Fesses-humaines)</i>	185
Figure 30 <i>Remise du prix Tendance à la cérémonie Shogakukan DIME 2005.....</i>	187

Figure 31 <i>Iceberg populationnel</i>	228
Figure 32 <i>Iceberg populationnel du Japon, frange verte : ressources satisfatoires pour hommes et consommateurs</i>	229
Figure 33 <i>Iceberg populationnel occidental</i>	231

LISTE DES TABLEAUX

<u>Tableau 1</u> <i>Processus de codage</i>	91
<u>Tableau 2</u> <i>Stratégies mises à contribution pour assurer la rigueur dans ce type de processus de recherche</i>	93

À ma précieuse Zahida,

Daniel, tata Odile et Kokoro

Votre absence est douloureuse chaque jour.

Que Dieu veille sur vous.

Celui qui désire, désire une chose qui lui manque

et ne désire pas ce qui ne lui manque pas.

Platon, Le Banquet

REMERCIEMENTS

Afin de ne pas donner l'impression de vouloir influencer de quelque façon que ce soit l'évaluation de cette thèse à travers les remerciements que je voulais exprimer très sincèrement, cette partie a été rédigée après la correction et la soutenance de thèse.

Ceux qui me connaissent ne seront pas surpris d'apprendre que ce discours n'a pas vocation à être diplomatique ou de convenance, mais se veut un témoignage sincère de gratitude et de l'immense reconnaissance que je veux exprimer à travers ces simples remerciements envers celles et ceux qui m'ont tant apporté. C'est probablement la partie la plus difficile à écrire pour moi, car elle relève de mon uchi et touche quelque peu à mon honne, même si je m'efforce ici de rester dans une posture de tatemae (je vous laisse en découvrir le sens dans cette thèse 😊).

Il n'y a pas de mot plus fort que « merci », et c'est pourquoi il pourra paraître redondant. Malgré le sujet de mes recherches, je demeure une personne pudique. Il s'agit donc ici d'exprimer un merci sincère, profond et porté par le cœur, adressé à vous que je vais simplement nommer, sans qu'il soit nécessaire d'en détailler les raisons.

Mes intérêts, ambitions et travaux de recherche m'ont menée à adopter un nomadisme universitaire, disciplinaire, culturel et géographique, qui a enrichi non seulement mes recherches, mais surtout moi-même, grâce aux rencontres et aux relations extraordinaires qui n'auraient pu naître autrement. Je commencerai donc par exprimer ma gratitude à celles et ceux associés au milieu académique, puis à mes proches qui parfois font aussi partie de ce même milieu, sans oublier celles et ceux, souvent plus dans l'ombre, qui offrent un soutien précieux aux étudiants.

J'exprime tout d'abord une grande reconnaissance à l'Université du Québec à Trois-Rivières (UQTR), mon université d'attache, auprès de laquelle je suis heureuse de finaliser ce doctorat et le programme de communication sociale. Ce programme a offert un contexte favorable au développement d'un projet de recherche original, transdisciplinaire, inductif et innovant. Un merci particulier à Sébastien Charles, vice-recteur, Tristan Milot, doyen des études par intérim, et Manon Champagne, vice-rectrice (UQAT), pour leur soutien, leur droiture et leur intelligence.

Un grand merci aux membres de mon jury : les professeurs François Guillemette (UQTR), Ikuo Aizawa (Ryukoku University), Marie-Josée Plouffe (UQTR), Bernard Bernier (Université de Montréal) et Christine Thoër (UQAM). Leurs commentaires m'ont été sincèrement très précieux, et leur reconnaissance de mon travail m'a profondément confortée et réconfortée. Merci beaucoup à Marie-Josée pour sa bienveillance face à tout mon stress, et merci à Synda Ben Affana pour ses bons mots. Et surtout, un très grand merci à la professeure Mireille Lalancette pour tout son soutien tout au long de mon cursus doctoral.

Je n'ai pas suffisamment de mots pour exprimer toute ma reconnaissance à mon cher directeur, François Guillemette, sans qui je n'aurais pu retrouver et maintenir mon

équilibre (petite référence piagétienne 😊). Merci pour tout l'accompagnement, le soutien, la confiance, ainsi que toutes les opportunités de collaboration. Je suis tellement heureuse de tous les merveilleux projets à venir.

Encore un grand merci du fond du cœur à mon co-directeur Ikuo Aizawa pour son accueil, sa patience, son soutien, son accompagnement et sa confiance et surtout sa précieuse amitié.

Je remercie également du fond du cœur mon très cher Jason Luckerhoff, mon directeur lors de mon premier parcours doctoral. Sa bienveillance et son précieux soutien m'ont, depuis lors, sauvée à trois reprises. Merci d'avoir été un pilier et un bouclier plein de bienveillance, sans qui je n'aurais pu me relever, tenir debout et avancer. L'intégrité, l'éthique et l'honnêteté sont des forces, et non des faiblesses. Merci d'avoir été et d'être toujours là ; merci du fond du cœur. Chaque étudiant mériterait de bénéficier de l'accompagnement d'un professeur aussi extraordinaire, et c'est ce que je souhaite de tout cœur.

Très chers amis et professeurs Tikou Belem, Mamert Mbonimpa et Li Zhen Cheng, même si vous n'étiez pas du tout dans mon secteur d'études, vous m'avez soutenue, encouragée et aidée face à tout ce que j'ai dû traverser durant mon premier cursus. J'espère que vos étudiants réalisent à quel point ils ont la chance de bénéficier de votre enseignement et de votre accompagnement. Merci d'avoir continué à croire en moi et à me soutenir après mon départ et mon changement d'université. Merci également au professeur Mostafa Beenzaazoua. Merci à vous tous, infiniment !

J'aimerais également remercier le professeur Jean Proulx, de l'École de criminologie de l'Université de Montréal, qui a été mon co-directeur lors de mon premier cursus. J'ai pu bénéficier de ressources et d'un accompagnement précieux. Je lui suis également très reconnaissante d'avoir accueilli mes collègues et professeurs du criminal research center de l'université Ryukoku.

Concernant l'Université Ryukoku à Kyōto, je suis infiniment reconnaissante au professeur Shinichi Ishizuka qui a accepté de me recevoir et m'a accueillie à trois reprises. Sans lui, je n'aurais pas pu bénéficier de l'extraordinaire chance de découvrir le milieu universitaire et la recherche au Japon, ainsi que sa culture et ses modes communicationnels. Il m'a introduite auprès de nombreux chercheurs, de dirigeants d'instances gouvernementales, d'organismes communautaires et d'autres ressources précieuses. J'ai pu découvrir le milieu carcéral ainsi que les centres de réadaptation. La liste serait trop longue à énumérer, alors merci de tout mon cœur pour son accueil et son ouverture. Merci également au professeur Itaru Fukushima pour m'avoir accueillie au Correction and Rehabilitation Research Center et au Criminology Research Center (CrimRC). Un merci particulier aux professeurs Kazumasa Akaike et Akiko Kogawara pour leur présence et leur soutien.

Toujours en ce qui concerne le milieu universitaire, merci à toutes celles et tous ceux qui œuvrent souvent dans l'ombre, mais dont le soutien est précieux. Même si je ne

peux pas nommer tout le monde, je tiens à remercier Louis Paré et David Fournier-Viger pour leur soutien et leur aide précieuse à travers les méandres des accès aux ressources scientifiques. Merci à Nadine Veillette, du service aux étudiants (secteur aide financière), ainsi qu'à Diane Jomphe, commise aux études au département de Lettres et Communication sociale, pour le soutien. Merci également à Saray Moreira Urra, Catheryne St-Amant, Sylvain Benoit et toute l'équipe de la mobilité étudiante du Bureau des relations internationales de l'UQTR. Merci à Isabelle Lachance pour la correction linguistique et ses commentaires très pertinents.

Un très grand et chaleureux merci à Lise Drolet, Marie-Josée Berthiaume, Issei Ueda, Yuka Nagaoka, Ryo Nagai, Yuichiro Sekino, Anna Tomaszewka, David Brewster, Sōji Ōta, Nishimoto Masafumi, Mariam Tanou, Ryutaro Morimasa et Tomoki Kubota.

Mes très chères compagnes de galères universitaires depuis vingt ans, Ann Gervais, Safa Réragui et Judy-Ann Connely, vous êtes des modèles de force, de courage et de persévérance. Je vous admire au plus haut point, mes amies, vous êtes tellement brillantes. Merci également à Valérie et à mes collègues Éliante, Toumi, Véronique et ma chère Émilie, ne lâchez pas, je serai là moi aussi pour vous encourager à votre soutenance.

Merci à mes amies Akiko Kogawara et Takako Andō ainsi qu'à leurs familles qui m'ont si bien accueillie. Vous êtes des femmes incroyables et exceptionnelles! Merci à ma belle Flavie Jutras, pour qui j'ai une énorme reconnaissance de tout son soutien au Japon. Merci ma très chère amie.

Merci à mes amies en France et mes proches de toujours, Sandra, Paulette, Sabine, mes filleuls et neveux de cœur Théau et Florian, Yolande, Claude et toute la famille Gaspard.

Merci à vous mes piliers, vous qui avez toujours cru en moi et qui êtes ma force, Jason Brassard mon meilleur, Sébastien Reille, Étienne Denis, Ross Strachan, Judy-Ann Connely, Hamid Tabet, Nini Roux (Michel, Olivier, Julie), Leïla Meziane (Hacene et toute la famille). Merci pour votre soutien indéfectible, votre bienveillance, votre confiance. Merci d'avoir pris soin de moi dans la maladie, dans la précarité, et la dépression. Vous êtes toujours là quoi qu'il arrive et surtout dans les moments les plus difficile. Je vous aime tellement, Merci du plus profond du cœur.

Merci à ma famille Aline, Alain et Ghislain Fachino. Merci mon éternelle belle-sœur d'amour Marylène Proulx. Ma magnifique filleule Maé et ma superbe nièce Catheryne, je suis très fière de vous.

Je suis très fière d'avoir été élevée dans un foyer de protection de l'enfance par des personnes extraordinaires. Une éternelle reconnaissance à Daniel Pérez, mon éducateur, mon père de cœur que la maladie a emporté sans avertissement avant que je n'aie pu finir mais qui m'a encouragé tout le long. Merci à mes éducatrices Monique Arnal et Maryvonne Gadreau de toujours faire partie de ma vie et d'être fières de moi. Et merci à ma (grande 😊) soeur de cœur Annie Aniorte, si forte face à la maladie et que j'aime tellement.

J'ai commencé mes études universitaires à 33 ans, j'ai persévétré et je suis allée jusqu'au bout, en espérant montrer à mes enfants Léna Pioch et Nathan Brégand, que tout est possible dans la vie, que l'important est de faire des choix qui nous rendent heureux et libres. J'espère que cela vous donnera de la force. Même dans les moments sombres et difficiles, battez-vous, regardez le positif de toute situation, cela sera toujours payant. Je crois en vous, je vous aime de tout mon cœur et je vous souhaite le meilleur du monde. Sachez que vous n'êtes jamais seuls.

Et enfin, un merci particulier à Gaétan Bonneau, psychologue maintenant heureux retraité je l'espère, qui m'a permis de traverser des épreuves douloureuses et m'a encouragée à reprendre des études doctorales. Merci pour tout ce que vous avez permis de révéler en moi, merci pour la force et surtout un énorme merci pour votre investissement en moi.

Merci à vous tous précités. Vous avoir dans ma vie est la plus grande des richesses. Dans ce monde égoïste, égocentrique et proche de l'inhumanité dans de nombreux aspects, vous me permettez de continuer de croire que l'on peut encore lutter contre toutes formes de violences, travailler à des pistes de solution et surtout se battre pour qu'elles soient réellement appliquées. L'éducation et la diffusion de connaissances demeurent, à mes yeux, les fondations pour un monde plus juste, plus équitable et plus humain.

Ces années de travail et leurs réalisations n'auraient pu être possible sans soutien financier ni l'accueil des structures. Je remercie donc encore une fois mon directeur pour les bourses de recherche par le biais des fonds personnels de recherche; *les Correction and Rehabilitation Research Center et le Criminology Research Center (CrimRC)* et Ryukoku University à Kyōto pour l'accueil. Je remercie également les bourses de la Fondation de la Fondation de l'Université du Québec à Trois-Rivières, la bourse les sœurs de la congrégation de Notre-Dame; la bourse du Syndicat des professeurs et des professeures de l'UQTR-3e cycle. Également, les bourses pour stage, récolte de données à l'extérieur du Québec, du Bureau des Relations Internationales (BRI) de l'Université du Québec à Trois-Rivières (UQTR), et du Bureau des Relations Internationales de l'UQAT. Et enfin les prêts et bourses de l'aide financière aux études (AFE) du gouvernement du Québec.

Je dédie cette thèse à ma très chère amie Zahida Merah, qui nous a quittés après un long et vaillant combat contre la maladie. Je n'aurai jamais assez de mots pour exprimer tout ce que tu m'as apporté. Merci d'avoir toujours cru en moi, d'avoir veillé sur moi, de m'avoir dit combien tu m'aimais et combien tu étais fière de moi. Tu me manques cruellement.

La maladie et la perte d'êtres chers nous enseignent l'importance de dire à ceux qui nous sont proches combien nous les aimons et à quel point ils sont précieux. Ainsi, j'espère que ces quelques lignes de remerciements sont avant tout un témoignage et une reconnaissance de tout l'amour que je vous porte, à vous toutes et tous qui avez marqué mon chemin.

PRÉAMBULE

NOTES CLARIFICATRICES

i. Création du terme satisfatoire

Dans le cadre de ce projet de recherche, nous avons créé le néologisme adjectival « satisfatoire » afin d’interpeller le sens commun, c’est-à-dire de souligner la singularité de la réalité qu’il désigne et ainsi de promouvoir plus concrètement une approche plus ouverte du phénomène étudié. Le terme sera utilisé dans le syntagme nominal « ressource satisfatoire », que nous définissons ainsi :

Toute ressource ayant pour objet de procurer une satisfaction personnelle, physique et/ou psychologique, par l’accomplissement d’un désir, l’assouvissement d’un besoin et/ou la procuration de plaisir.

Les ressources satisfatoires ayant fait l’objet de nos observations seront détaillées au chapitre 2, section 2.3.2.5.

ii. Linguistique

Traduction et anglicisme

Nous présenterons ici, de manière succincte, certaines subtilités de l’écriture et de la langue japonaise afin d’expliquer et de justifier notre choix de conserver la dénomination anglaise de certaines réalités. Ces explications sont issues principalement des apprentissages que nous avons réalisés à la lecture des travaux de Fontanier (2015 et 2024), d’Hadamitsky et ses collègues (2017), de même que du média NHK World Japan au cours de l’année 2019.

Les mots étrangers et l'anglicisme en japonais

En japonais, la grande catégorie des *gairaigo* 「外来語」 regroupe les termes directement empruntés à une langue étrangère. Étymologiquement, *garai* 「外来」 signifie « importé » ou « provenant de l'extérieur » et *go* 「語」 signifie « mot », « terme » ou « langage ».

Une sous-catégorie du *gairaigo* est appelée *wasei eigo* (ou *waseigo* à l'oral) 「和製英語」, elle regroupe des termes créés à partir de mots ou de fragments de mots anglais, mais qui n'existent pas tels quels dans la langue anglaise. Littéralement, *wasei* 「和製」 signifie « fabrication japonaise » et *eigo* 「英語」 signifie « anglais ». Par exemple, le mot *sararīman* 「サラリーマン」, que nous retrouverons dans la présentation de nos résultats , est un *waseigo* construit par la fusion des mots anglais *salary* et *man*.

Le système d'écriture japonais

La langue japonaise repose sur un système syllabique composé de trois alphabets principaux : les *hiragana*, les *katakana* et les *kanji*, auxquels s'ajoutent les *romaji*, c'est-à-dire la romanisation des mots japonais, par ailleurs utilisée dans cette thèse pour faciliter la lecture des termes.

Les *hiragana* et les *katakana* sont des alphabets phonétiques au sein desquels chaque symbole représente une syllabe. Les *hiragana* sont les caractères de base, utilisés notamment dans les mots d'origine japonaise, alors que les *katakana* servent principalement à transcrire les mots d'origine étrangère, les noms propres étrangers ou encore les onomatopées.

Quant aux *kanji* il s'agit d'idéogrammes d'origine chinoise combinant un son et un sens propre. Le japonais compte plus de 2000 *kanji* d'usage courant. Bien que leur prononciation japonaise ait souvent évolué, leur signification initiale a été conservée ou adaptée dans la plupart des cas. Trois exemples :

- le *kanji*, qui désigne la sortie dans les domaines des transports et du bâtiment, se prononce *deguchi* en japonais et *chūkōu* en chinois;
- le mot *sararīman* 「サラリーマン」 est écrit en katakana puisqu'il est fabriqué à partir de deux mots anglais (*salary* et *man*) et se prononce approximativement « sa-la-lii-ma-eun ».
- Je ne suis pas un salaryman (watashi wa sararīman dewa arimasen) : 「私はサラリーマンではありません」 se compose du kanji 私 (je) + katakana (salaryman) サラリーマン + hiragana ではありません (ne suis pas).

Nous insisterons un peu plus dans la présentation des *kanji*, tout en restant succincte, car leur composition et leur sens se sont révélés très importants dans notre compréhension du phénomène à l'étude comme nous l'expliquerons dans la discussion section 5.1.2. Les kanjis se divisent en trois catégories (Hadamitzky, Durmous et Mochizuki, 2017, p.42):

1. les pictogrammes, c'est-à-dire des dérivés de représentations simplifiées des objets et phénomènes de la vie quotidienne; peu utilisés seuls, ils sont des éléments composant d'autres caractères, par exemple : arbre 木 (*ki*);
2. les idéogrammes, pour représenter de façon « simple » les concepts et les chiffres, par exemple : 一 (1), 二 (2), 上 (dessus)

3. les caractères composites c'est-à-dire la composition des caractères pictogrammes et idéogrammes. Par exemple : forêt 森(*mori*) composée d'arbre 木+ arbre 木+ arbre 木).

Dans cette thèse, nous utiliserons les mots japonais dans leur forme romanisée (*romaji*) et, lorsque nécessaire, nous proposerons leur traduction ou leur équivalent d'origine¹. Par exemple :

- *rabuhoteru* (« la-beu-ho-te-leu ») pour *Love Hotel(s)*;
- *sunakkubā* (« su-na-keu-baa »): snack-bar(s).
- *kurabu* (« ku-la-beu ») : club(s);
- *kosupure* (« ko-seu-pu-lé ») : *cosplay..*

Signes typographiques et organisation textuelle.

Par respect pour la culture faisant l'objet de notre étude, tous les mots japonais sont présentés dans leur graphie d'origine lors de leur première apparition, encadrés par des *kagikakko* 「鉤括弧」(littéralement parenthèses crochets) japonais qui sont l'équivalent de l'usage des guillemets en français :「サラリーマン」. Les mots romanisés seront édités en italique : (*sararīman*). Pour ce qui est des mots et des expressions dans la langue d'origine, ils seront présentés entre parenthèses et en italique : (*salary man*). Enfin, le diacritique macron indiquant une voyelle longue sera employé dans la romanisation des mots japonais : *Tōkyō* au lieu de Tokyo.

¹ Il nous semble important de noter qu'il n'existe pas de forme plurielle ni de féminin ou de masculin en japonais

iii. Contenu

Traduction.

Sauf précisions contraires, les traductions en japonais, anglais et français nous sont propres mais ont été validées par des natifs bilingues ou ayant une bonne maîtrise de ces langues.

Références ressources étrangères.

Certaines sources consultées en ligne ne sont accessibles qu'à partir du Japon ou par le biais de l'utilisation d'un VPN (*Virtual Private Network*).

Omission de certaines références.

Par souci éthique, nous avons choisi de ne pas mentionner certains noms ou références de sites Internet, de médias ou d'autres sources présentant des contenus sexuellement explicites, visuels ou textuels. Bien qu'elles soient publiques et facilement accessibles, ces données – qu'elles aient été publiées par des individus (p. ex. dans des blogues) ou des entreprises – ont été traitées de manière confidentielle et anonymisée, la finalité de cette thèse n'étant pas de promouvoir ces contenus.

Utilisation de photos, images et extraits vidéo.

Il serait prétentieux de notre part de penser pouvoir transmettre l'ensemble des aspects culturels que nous avons observés au Japon. De nombreux aspects culturels abordés dans cette thèse mériteraient des recherches plus approfondies, ainsi que nous l'énoncerons plus en détail dans les résultats. Toutefois, afin de permettre aux lectrices et aux lecteurs de mieux saisir certains éléments, nous avons ajouté des images et des liens vers des extraits vidéo. Ces supports ont pour but d'illustrer nos propos et d'offrir des pistes à ceux souhaitant approfondir leurs connaissances sur le sujet.

INTRODUCTION

UNE RECHERCHE SCIENTIFIQUE ÉVOLUTIVE

Cette thèse s'inscrit dans une longue démarche de recherche articulée autour d'observations, d'analyses, de séjours sur le terrain et de l'examen d'un large éventail de publications. Notre parcours doctoral a commencé dans une première université, où nous avons posé les bases de notre recherche, pour se poursuivre à l'UQTR, où nous avons eu la chance de continuer nos études au doctorat en communication sociale, ce programme s'étant sans conteste montré favorable au développement d'un projet de recherche original, transdisciplinaire, inductif et tourné vers l'innovation.

En adoptant une démarche anthropologique teintée d'ethnographie, nous avons réalisé trois séjours au Japon sur une période de quatre ans, totalisant 18 mois. Durant les périodes hors du Japon, notre recherche s'est poursuivie à distance, assurant une continuité dans l'analyse et la collecte de données. Cette expérience nous a offert une immersion approfondie dans le milieu de recherche japonais ainsi que la possibilité d'entrer en contact avec divers milieux, tant politiques et publics que professionnels et privés. Elle a également favorisé la découverte des spécificités de la culture japonaise, de même que notre adaptation à son mode de vie et ses nombreux codes sociaux, qui constituent des facteurs essentiels pour comprendre les phénomènes étudiés et établir des collaborations professionnelles enrichissantes, tout en tissant des amitiés précieuses. Par ailleurs, nous avons investi du temps dans l'apprentissage des bases du japonais et à l'amélioration de nos compétences en anglais, le temps jouant un rôle clé dans ces multiples apprentissages et adaptations.

Depuis les tout débuts de ce parcours, nous avons adopté une démarche inductive globale, basée sur la méthodologie de la théorisation enracinée (MTE) de Luckerhoff et Guillemette (2012), elle-même issue de la Grounded Theory élaborée par Glaser et Strauss (1967).

Orientée sur la découverte pour comprendre les phénomènes humains, la MTE, qui guide également notre posture épistémologique, aspire à construire une théorie à partir de données systématiquement obtenues et analysées dans un format d'analyse comparative constante, ainsi qu'à une confrontation aux hypothèses et théories existantes. Ce choix épistémologique s'est traduit par un cheminement non linéaire, contrairement au cheminement linéaire emprunté dans le cadre d'une recherche classique. Nous nous sommes plutôt dirigée dans les directions les plus à même d'apporter un éclairage nouveau et pertinent sur le phénomène à l'étude. En conséquence, la problématique abordée et son étude se sont voulues évolutives et se sont construites empiriquement, au gré de l'émergence des nouvelles données issues de nos lectures, de nos échanges et de nos observations.

Cette recherche doctorale a en outre mobilisé l'éclairage de nombreuses disciplines, telles que la communication sociale, la sociologie, la criminologie et l'économie. Elle a évolué avec le soutien, sur le terrain, des ressources du milieu de travail qui nous a accueillie, c'est-à-dire des professeurs, des chercheurs ainsi que des membres du personnel et d'autres étudiants du *Correction and Rehabilitation Research Center* et le *Criminology Research Center* (CrimRC), centre de recherche transdisciplinaire (criminologie, analyse des politiques, sciences humaines, sociologie, sciences, droit et éducation) de l'Université de Kyōto au Japon.

Préoccupée par le phénomène de la violence sexuelle, notre recherche doctorale s'est articulée, à ses débuts, et avant d'évoluer vers le phénomène à l'étude dans cette thèse, autour du besoin de trouver des réponses face à cet enjeu sociétal mondial décrit comme un problème de santé publique courant et grave par l'Organisation mondiale de la Santé depuis le début du 21^e siècle (Krug *et al.*, 2002, p. 165). Plus que jamais d'actualité, cette violation des droits fondamentaux suscite peu de recherches dans la plupart des pays (WHO, 2012 et 2017).

La violence sexuelle est une problématique aux aspects multiples et complexes comme nous le verrons dans le premier chapitre. Pour cette raison, nous avons choisi de ne pas nous limiter à une hypothèse prédéfinie, mais de nous laisser guider par les données émergentes dans la construction et l'évolution de notre objet et de notre démarche de recherche doctorale.

Initialement, notre attention s'est portée sur le phénomène complexe des meurtriers sexuels, considérés comme les représentants de l'acte ultime de violence sexuelle. Cependant, au fil de notre exploration, notre recherche s'est élargie pour inclure la situation mondiale et, en particulier, le Japon. Ce dernier se distingue par l'un des taux de crimes violents, y compris les violences sexuelles, les plus bas au monde (UNODC, 2020), une singularité qui le distingue des autres pays industrialisés et des grandes puissances mondiales (Leonardsen, 2002; 2004 et 2010; Oliveri, 2011; Saito, 2013).

Le taux de violence sexuelle au Japon étant de 15 fois inférieur à celui du Canada, ceci nous a semblé suffire à justifier une exploration approfondie de cette situation encore inexpliquée par la recherche. Dans cette perspective, nous avons réalisé une étude préliminaire visant à brosser un portrait comparatif global entre le Japon et le Canada, dans

le but d'identifier des éléments suffisamment contrastants pour susciter un intérêt accru et entamer une recherche plus approfondie. Les données étudiées concernaient différentes sources d'information sur la population générale, ainsi que sur plusieurs caractéristiques : l'épidémiologie, la criminalité, les politiques et législations, les enquêtes et les études.

Les premiers résultats de cette étude préliminaire se sont révélés surprenants, comme nous le montrerons dans la section 3.1.14. Au cours de la collecte de données, l'émergence des informations et les observations collatérales nous ont permis de découvrir un nouveau phénomène qui lui confère une dimension encore plus singulière. En effet, nous avons observé une omniprésence au Japon d'objets de consommation à caractère sexuel, que ce soit dans les médias de masse, les espaces publics ou des quartiers renommés.

Nous avons également observé que cette profusion, diffusion et accessibilité des ressources satisfatoires, ainsi que la manière dont la sexualité est vécue au Japon, semblent interpeller le monde occidental dans ses représentations culturelles et son appréhension des normes, de la déviance et de la pornographie. Cette observation a également remis en question les hypothèses les plus courantes concernant les contenus sexuels à caractère pornographique et leur influence sur les agressions sexuelles.

Ces découvertes collatérales nous ont naturellement conduite à notre objet de recherche « final » tout en lui servant d'assise.

Comme nous le verrons, du point de vue occidental, le Japon semble principalement perçu comme un pays présentant un contexte déviant, plus ou moins normé. Cependant, la notion de déviance est dépendante de la présence de normes, c'est-à-dire d'un encadrement des comportements fondé sur les valeurs d'une société (Larminat, 2017). C'est pourquoi il nous semblait primordial de saisir l'essentiel de la situation et de prendre du recul sur les

perceptions externes et nos propres valeurs, afin de comprendre et d'analyser au mieux la situation au Japon et sa lecture occidentale.

Pour ce faire, nous avons veillé à maintenir notre positionnement épistémologique et le recours à notre méthodologie de recherche qui permet d'explorer le phénomène à l'étude avec une préoccupation de complétude et de rigueur. Ainsi, le chapitre 2 présente la clarification des nombreux concepts qui ont servi à reproblermatiser et à construire notre objet de recherche au regard des données empiriques, des aspects culturels et des connaissances actuelles. Par la suite, le chapitre 3 présente les fondements de notre méthodologie en MTE ainsi que nos procédures de collecte, d'analyse des données et de construction empirique des résultats.

La MTE favorisant l'ouverture, nous nous sommes laissée guider par les données émergentes et, ainsi, nous nous sommes tournée vers de nouvelles découvertes. Notre thèse s'est donc construite dans une démarche inductive, avançant à partir des observations concrètes et des découvertes réalisées au cours de la recherche, plutôt que de se baser sur une hypothèse fixe dès le départ. Cette approche se justifie par l'apparition de données et de découvertes inattendues tout au long de la recherche, qui ont orienté notre étude vers de nouvelles directions. Ces éléments ont nécessité des ajustements continus dans notre interprétation des résultats, permettant ainsi à notre analyse de s'adapter et de donner un sens plus riche aux données émergentes.

En prenant assise sur notre volonté de trouver des réponses au problème de la violence sexuelle, notre recherche a donc évolué d'un intérêt initial pour ce que nous qualifions de « pointe de l'iceberg » des actes sexuels violents, à savoir les meurtriers

sexuels, à la base de la partie émergée de cet iceberg, soit les ressources satisfatoires qui s'offrent aux hommes japonais.

Ainsi, la particularité de notre recherche consiste essentiellement à nous intéresser au Japon au regard de son double phénomène unique en portant un intérêt particulier pour les ressources satisfatoires offertes publiquement et légalement, à la population masculine.

CHAPITRE I

LA PROBLÉMATIQUE

Initialement, l'objectif de notre thèse était de favoriser l'émergence de nouvelles théories en ce qui concerne le phénomène de la violence sexuelle et les comportements à caractère sexuel considérés déviants ou inadaptés qui lui sont généralement associés dans les études concernant les criminels avérés. De fait, selon nombre d'entre elles, l'exposition et la consommation de matériel à caractère pornographique exerceraient une influence sur le comportement sexuel, ainsi que sur les valeurs morales, et encourageraient le développement d'attitudes sexuelles violentes (Gordon et White, 1994; Greenfield, 2004; MacKinnon, 1987). Nous avons donc, dans un premier temps, conceptualisé la violence sexuelle, objet de recherche initial, pour ensuite apporter un regard particulier sur le Japon, notamment par une étude comparative Japon-Canada. Ces étapes débouchent ici sur l'exploration de la problématique.

1.1 CONSÉQUENCES ET RÉPERCUSSIONS DE LA VIOLENCE SEXUELLE

La violence sexuelle est un problème majeur de santé publique courant et grave (Krug et al., 2002). Comme toute forme de criminalité, la violence sexuelle est lourde de conséquences sur les victimes, leurs proches et entraîne également de nombreuses répercussions sur la société en général (Boyce, Cotter & Perreault, 2014; Organisation mondiale de la Santé [OMS], 1996, 2003, 2016; Perreault, 2013). Elle représente un problème sociétal mondial.

1.1.1 Sur le plan de la personne

Que ce soit du côté des victimes ou de celui des protagonistes, la présence de la violence sexuelle et ses répercussions pèsent lourdement sur les systèmes de santé, de justice pénale, de services sociaux et de protection sociale, ainsi que sur le tissu économique des communautés (Butchart & Mikton, 2015). Elle entraîne des conséquences multiformes, notamment pour les victimes sur le plan de la santé physique, mentale, de leur bien-être et de leur qualité de vie. Selon les spécialistes de l'OMS, outre les traumatismes physiques, l'agression à caractère sexuel s'associe à un risque accru de nombreux problèmes de santé sexuelle et génésique, dont les conséquences se font sentir immédiatement, mais aussi des années après l'agression. Celle-ci peut entraîner des troubles psychiques ou comportementaux, mais également des problèmes de santé physique qui touchent tous les domaines de la médecine (Thomas, 2015).

La violence sexuelle a également un profond impact sur le bien-être social des victimes et de leurs proches, notamment en ce qui concerne leurs relations avec les autres, leurs interactions dans différents contextes, et leur mode de vie en général (Mollica & Son, 1989; Salmona, Salmona, Morand & Roland, 2015).

1.1.2 Sur le plan sociétal

La violence sexuelle entraîne également des conséquences sur la société en général. Les médias y jouent un rôle important, notamment à travers leur couverture et leur traitement de l'information (Institut national de santé publique [INSPQ], 2020), ainsi que par leur utilisation sur les réseaux sociaux. Ces dernières années, on a pu observer diverses initiatives visant à dénoncer publiquement la violence sexuelle et à sensibiliser la population à cette problématique. Par exemple, divers mouvements initiés depuis 2012 par

des figures publiques féministes et militantes pour les droits des femmes ont appelé à la dénonciation en partageant leur propre témoignage. Ces messages, portés par des figures publiques telles que des artistes, des journalistes et des mannequins, ont eu un impact considérable. Ils ont été largement diffusés sur les réseaux sociaux à l'échelle mondiale, notamment à travers des campagnes par le biais de mot-clés #DenounceAllPigs (2012), #NotOkay (2016), et, à partir de 2017, des mouvements emblématiques tels que #MeToo, #QuellaVoltaChe et #BalanceTonPorc (L'Obs, 2017), ainsi que #MoiAussi au Québec (Boutros, 2018).

Ces initiatives ont généré des réactions dépassant le cadre des dénonciations en ligne. Par exemple, en France, nombre de médias ont relayé et étayé une information issue de l'Agence France-Presse le 13 novembre 2017, à savoir que, « l'onde de choc mondiale provoquée par la révélation début octobre de l'affaire Weinstein » (Centre d'information sur les droits des femmes et des familles [CIDFF], 2017) a été suivie d'une augmentation de 30 % des plaintes pour violences sexuelles adressées à la gendarmerie. Au Québec, une hausse encore plus marquée de 61 % a été observée pour la même période. Selon Cortini (2018), cité dans Le Devoir, cette augmentation pourrait être liée à la dénonciation de figures publiques majeures telles qu'Éric Salvail et Gilbert Rozon, ce qui aurait contribué à une « sensibilisation particulière au Québec » (Boutros, 2018).

La même année, une centaine de personnalités – journalistes, actrices ou écrivaines – ont interpellé le président de la République française, Emmanuel Macron, au sujet de la nécessité d'établir, afin de mettre fin à un « insupportable déni collectif » (Serrano et Stassinat, 2017), un plan d'urgence contre les violences sexuelles. Cette initiative a été appuyée par une pétition en ligne qui a recueilli 136 823 signatures et a ainsi donné lieu à

un mouvement politique impliquant des débats sur la mise en place de nouvelles législations (De Haas, 2017).

Ces initiatives, parmi d'autres à travers le monde, visent à dénoncer la violence sexuelle et à demander des réponses gouvernementales et législatives. Comme le rapportent Laforest, Maurice et Bouchard dans leur rapport québécois sur la violence et la santé (2018, p. 84), « il est reconnu que la couverture médiatique de la criminalité, dont la violence sexuelle, joue un rôle influent en ce qui concerne les connaissances, les croyances, les attitudes et les comportements de la population face à ces phénomènes » (Boudreau & Ouimet, 2010; Eveland, 2002; WHO-London School of Hygiene and Tropical Medicine [LSHTM], 2010). Elle peut ainsi susciter des interrogations et des réactions de la population, qui va alors se questionner, voire s'insurger, sur le système de justice et les mesures de prise en charge de la criminalité dans son pays (Boé, 2004).

L'ampleur de la violence sexuelle et ses multiples formes interpellent la réflexion collective et deviennent alors l'objet d'intenses débats publics, tant au sein des différentes plateformes gouvernementales que sur la place publique (Baril et Laforest, 2018). Ce type de violence ne se limite pas à l'agression envers les femmes. En effet, c'est un problème sociétal qui touche et entraîne des répercussions pour des personnes de tous genres et de tous âges (Hamel *et al.*, 2016; OMS, 1996; Salmona *et al.*, 2015)

1.1.3 Le Canada, sur le plan gouvernemental (politique et économique)

Pour le gouvernement canadien, la sécurité communautaire est un facteur important de qualité de vie personnelle et communautaire, dans le cadre des relations sociales (Emploi et développement social Canada, Indice canadien du mieux-être, 2015). Dans ses indicateurs concernant le « mieux-être », le gouvernement du Canada présente les taux de

crimes de toutes sortes et leur évolution comme des témoins directs du caractère sûr et sécuritaire de la société (Emploi et développement social Canada, [EDSC] 2015). Le bien-être d'une personne est donc intimement lié au niveau de criminalité et à la qualité des réseaux sociaux de la communauté auxquels elle appartient (Pittman, Nykiforuk, Mignone, Mandhane, Becker & Kozyrskyj, 2012). Cependant, malgré les nombreuses mesures mises en place, le Canada ne fait pas exception au phénomène grave de la violence sexuelle.

Dans un rapport commandé par les gouvernements fédéraux, provinciaux et territoriaux, Benoit, Shumka, Phillips, Kennedy et Belle-Isle tirent une sonnette d'alarme en 2015 en annonçant que l'un des enjeux actuels les plus pressants au Canada en matière de droits de la personne concerne la violence sexuelle faite aux femmes. En se basant sur les statistiques et les écrits scientifiques, le gouvernement de l'Ontario (2015) rapporte qu'une femme sur trois sera victime d'agression sexuelle à un moment ou à un autre de sa vie.

De fait, vu le large impact de la violence sexuelle, les domaines tels que la santé, la sécurité, la justice pénale et les politiques publiques, entre autres, sont particulièrement concernés. Ces différentes instances gouvernementales doivent consacrer de nombreuses ressources pour assurer des services de protection, des services juridiques et correctionnels et, conséquemment, des services pour les victimes (Zhang, 2011).

La violence sexuelle a donc également une incidence économique au niveau des victimes, des tierces parties et du système de justice. Le rapport de Hoddenbagh, Zhang et McDonald (2014) présente une estimation du coût total² des agressions sexuelles et autres

² Coûts subis en 2009 par le système de justice, coûts subis par les victimes et coûts subis par de tierces parties, Hoddenbagh, Zhang et McDonald (2014)

infractions d'ordre sexuel à près de cinq milliards (4 816 592 826 \$) avec des dépenses de 3 588 274 006 \$ pour les femmes et 1 228 318 820 \$ pour les hommes.

1.2 Objet de recherche initial

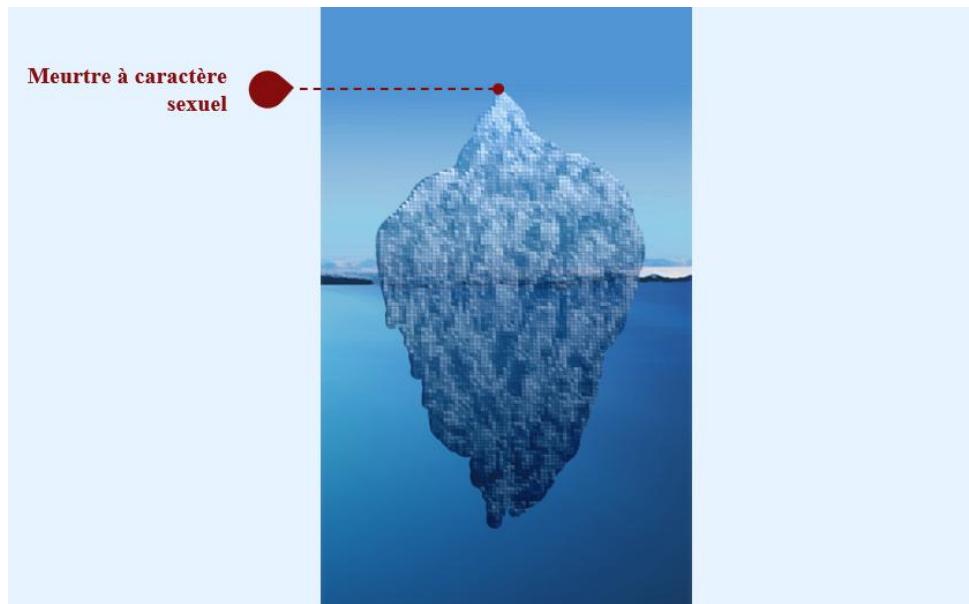
Parmi les différentes composante du phénomène complexe que représentent la violence sexuelle et ses multiples aspects, nous avons choisi au début de notre étude doctorale de nous intéresser au meurtre sexuel. Nous avons considéré celui-ci comme l'acte le plus culminant et ses protagonistes comme les porteurs d'un acte ultime de violence associée à une notion de satisfaction du plaisir, sexuel ou non sexuel³, engendrant une conséquence irréversible.

La figure 1 qui suit présente, sous forme d'iceberg, une représentation imagée de la gradation de la sexualité masculine dans son tout, considérée comme atypique, hors norme et/ou déviante. Face aux considérations énoncées en ce qui concerne le meurtre à caractère sexuel, nous avons placé celui-ci à son sommet.

³ L'aspect « non sexuel » fait référence à certaines formes de cruauté, de contrôle, de pouvoir, de domination, de sadisme et de perversion. L'aspect « sexuel » implique un comportement sexuel inadapté ou déviant comme les paraphilies, les fantaisies sexuelles, les déviances sexuelles, ou encore différents modes de perversion.

Figure 1

Iceberg populationnel – position meurtriers sexuels



Il nous semblait alors pertinent de nous intéresser aux parcours de vie des meurtriers sexuels afin d'obtenir un meilleur éclairage au sujet de leur cheminement vers le passage à l'acte ultime. Les études révèlent que nombre d'entre eux présentent une propension aux fantasies sexuelles et aux déviances sexuelles de même qu'aux paraphilies (Chopin, Beauregard, Gatherias et Oliveira-Christiaen, 2020; Curnoe & Langevin, 2002; Hazelwood & Warren, 2016; Pilon, 2015; Soldati & Eytan, 2014), à la perversité ou encore à la violence.

Pour de nombreuses raisons, il est très difficile d'avoir accès au référencement statistique du nombre de meurtriers sexuels connus. En effet, il n'existe aucune définition juridique de l'homicide sexuel dans le Code criminel canadien (Roberts & Grossman, 1993) ni dans la législation anglaise (Carter, Hollin, Stefanska, Higgs & Bloomfield, 2017) ou états-unienne (James & Proulx, 2014). Dans le Code pénal allemand (*Strafgesetzbuch* [StGb]), plusieurs types d'homicide sont définis, le plus sérieux étant le meurtre (StGb,

Article 211), dans lequel s'inscrivent des considérations sexuelles, soit un acte commis par « une personne qui tue un individu pour le plaisir, pour la gratification sexuelle, par la cupidité ou autres motifs de base, furtivement ou cruellement ou par des moyens qui posent un danger pour le public ou pour faciliter ou couvrir une autre infraction » (Liem & Pridemore, 2012, p. 315). Toutefois, d'un point de vue épidémiologique, le meurtre sexuel est considéré rare. En effet, sur la base de différentes études (Chan Heide & Myers, 2013; Meloy, 2000; Roberts & Grossman, 1993), Beauregard et Martineau (2012) considèrent qu'il représenterait entre 1 et 4 % de tous les homicides commis en Amérique du Nord.

Nous avons alors tourné notre regard vers la situation épidémiologique des crimes violents incluant la violence sexuelle dans différents pays afin d'obtenir un aperçu de la teneur de cette problématique au niveau mondial. C'est au cours de cette recherche que nous avons découvert la situation particulièrement exceptionnelle du Japon. Nous avons donc décidé de diriger notre attention plus particulière vers cette situation unique. Nous avons ainsi adopté une flexibilité théorique en gardant une ouverture d'esprit et en adaptant notre approche pour comprendre le phénomène. Plutôt que de suivre une méthode rigide ou de demeurer strictement à l'intérieur des cadres théoriques, nous avons privilégié une interprétation plus souple, fondée sur nos observations et nos découvertes tout au long de la recherche.

1.3 Le cas unique du Japon

Le Japon est considéré comme un phénomène exceptionnel compte tenu de son taux très bas de crimes violents par rapport aux autres pays industrialisés et aux grandes puissances mondiales (Leonardsen, 2002; 2004 et 2010; Oliveri, 2011; Saito, 2013). En ce qui concerne particulièrement les violences sexuelles, le Japon présente l'un des taux les

plus faibles au monde avec 5.6/100 000, ce qui est près de 15 fois inférieur à celui du Canada, qui est de 83.8/100 000 (United Nation Office on Drug and Crime [UNODC], 2020), alors que le Canada est en 6e place du palmarès des pays les plus sûrs au monde. À Tōkyō, la capitale du Japon, qui est une des deux villes les plus peuplées au monde avec près de 14 millions d'habitants (Tōkyō Metropolitan Government, 2020), l'incidence des infractions sexuelles répertoriées par sa police pour 2022 (Tōkyō Metropolitan Police Department, 2023) était de 250 cas de rapports sexuels forcés, 640 cas d'indécence forcée (atteinte à la pudeur), et 1800 cas de type *chikan* 「痴漢」, soit un attouchement apparenté au frotteurisme consistant à initier un contact corporel inapproprié ou un acte obscène.

Cette situation exceptionnelle a particulièrement attiré notre attention. Nous avons donc voulu explorer davantage ce phénomène et ainsi, au-delà du constat et malgré de nombreuses hypothèses, nous avons noté qu'aucune étude n'explique la situation exceptionnelle du Japon en ce qui concerne son faible taux de violences sexuelles. De même, l'écart de 15 fois supérieur entre le Japon et le Canada n'est pas non plus expliqué par la recherche scientifique. En effet, les études comparatives entre le Japon et le Canada sont extrêmement rares. La plupart des études internationales présentent des taux généraux de violences sexuelles pour chacun des pays. Mais ces rares analyses comparatives incluent souvent le Japon parmi les autres pays d'Asie de l'Est, d'une part, et de l'autre, associent le Canada avec les États-Unis ou l'incluent dans le grand ensemble des Amériques. Cependant, tout comme le Canada est différent des États-Unis, une généralisation émise au sujet de l'Asie nous semble illusoire puisque chaque pays qui la compose présente ses particularités, spécificités culturelles, linguistiques, etc. (Aoki, 1999, cité dans Konishi, 2013).

1.3.1 Pourquoi ce phénomène unique est-il intéressant?

Comme nous l'avons mentionné, les études se penchant sur le Japon parmi les pays d'Asie de l'Est produisent des portraits partiels, très approximatifs et, dès lors, insuffisants pour comparer et analyser différents enjeux, entre autres culturels, associés à la violence sexuelle. En outre, les ressources scientifiques et les références existantes concernant le Japon, malgré leur qualité, s'appuient sur des sources qui deviennent trop vieilles pour demeurer pertinentes et être représentatives des 20 dernières années.

Selon Saito (2013), il devient nécessaire d'intensifier la recherche au Japon, notamment en matière de violence sexuelle. Selon les constats de Leonardsen (2004):

For more than 40 years Western scholars as well as politicians have discussed policies to prevent crime. Apparently, crime rates have increased in proportion to the accumulating criminological knowledge and in proportion to the policies of deterrence. The more the social sciences can teach us about causes of social and individual malfunctioning, the worse the figures of misery depicting human existence seem to have become. It has even been argued that the study of crime has contributed to a debilitating social response to crime, rather than the opposite. From this, it is tempting to conclude that, until now, the criminological stock of knowledge has either not been applied/applicable, or—worse—it has been quite simply wrong and- consequently-dysfunctional!⁴ (p. xiii).

Leonardsen va jusqu'à soumettre l'hypothèse voulant que le Japon pourrait être le « chaînon manquant » des connaissances occidentales en matière de lutte contre la criminalité et qu'il serait pertinent de s'intéresser à lui dans la perspective d'une analyse culturelle holistique.

⁴Trad. Libre : « Depuis plus de 40 ans, les universitaires ainsi que les politiciens discutent occidentaux des politiques de prévention du crime. Apparemment, les taux de criminalité ont augmenté proportionnellement l'accumulation de connaissances criminologiques et aux politiques de dissuasion. Plus les sciences sociales peuvent nous renseigner au sujet des causes des dysfonctionnements sociaux et individuels, plus les figures de la misère dépeignant l'existence humaine semblent s'aggraver. Il a même été avancé que l'étude de la criminalité a contribué à une réponse sociale débilitante à la criminalité, plutôt que l'inverse. Il est donc tentant de conclure que, jusqu'à présent, le stock de connaissances criminologiques n'a pas été appliqué/applicable, ou – pire – qu'il a été tout simplement faux et – par conséquent – dysfonctionnel! »

1.4 EXPLORATION JAPON VS CANADA

Étudier la situation exceptionnellement « positive » du Japon implique de tenir compte des contextes sociaux, culturels et institutionnels (Benoit et al., 2015) de sorte à porter un regard comparatif sur la situation globale dans différents domaines et, ainsi, de guider l’investigation vers une possible découverte de contextes et de mesures publiques suffisamment spécifiques pour voir l’intérêt de les étudier encore plus en profondeur.

La recherche comparative implique l’étude des similitudes et des différences entre les cultures, les sociétés et les institutions (Terrill, 2015). Dans ce contexte, il nous semble pertinent de porter un regard sur la situation du Japon en la comparant à celle du Canada afin de mieux en saisir les différences. Un tel portrait comparatif peut se montrer riche compte tenu des contextes socioculturels a priori très différents de ces pays et de leur position de grandes puissances mondiales.

1.4.1 Comparaison sur le plan de la violence sexuelle

Rappelons que notre comparaison entre le Japon et le Canada porte sur différents aspects, mais émerge essentiellement du fait que le taux de violence sexuelle est 15 fois plus bas au Japon qu’au Canada.

La violence sexuelle se présente sous des aspects multiples et dans tous les contextes environnementaux d’un individu. De nombreux scientifiques tels que Benoit, Shumka, Phillips, Kennedy, Belle-Isle (2015), Jewkes, Sen, Garcia-More (2002) ou encore Krug et al. (2002), rappellent que les moyens employés peuvent être à la fois physiques et psychologiques, c’est-à-dire que, au-delà de l’usage de la force corporelle, ces moyens peuvent se retrouver dans différents supports tels qu’Internet, les médias, les réseaux sociaux, une offre d’emploi, etc., tant pour la prédatation que pour l’usage d’une

communication sexuellement violente et/ou abusive, quelle que soit sa gradation (exploitation, menaces, intimidation, harcèlement, chantage, etc.). Il s'agit donc d'un phénomène multiforme qui n'épargne aucun milieu, mais qui demeure le choix d'une action humaine envers une (ou des) autre(s) alors assujettie(s) directement ou indirectement à celle-ci, contre son gré, pendant une période donnée, et qui peut être accompagnée d'un usage inapproprié de différents modes de communication. Ainsi, en raison de son impact, de ses aspects polymorphes et des nombreux champs disciplinaires qu'elle interpelle, il demeure difficile de définir la violence sexuelle (Delarue *et al.*, 2018). Cependant, puisqu'il s'agit d'une comparaison entre deux pays de continents distincts, une définition internationale de la violence sexuelle semble appropriée.

La plus adaptée dans ce contexte nous semble être celle établie par l'Organisation mondiale de la Santé (2002) puisque cette organisation émane d'une concertation mondiale dont le Japon et le Canada sont parties prenantes. Selon cette organisation, la violence sexuelle inclut :

tout acte sexuel, tentative pour obtenir un acte sexuel, commentaire ou avance de nature sexuelle, ou acte visant à un trafic ou autrement dirigés contre la sexualité d'une personne en utilisant la coercition, commis par une personne indépendamment de sa relation avec la victime, dans tout contexte, y compris, mais sans s'y limiter, le foyer et le travail. (p. 165).

1.4.2 Angle d'étude privilégié

La violence sexuelle s'inscrit donc dans de nombreux champs disciplinaires. Plurielle par définition, « elle recouvre un large domaine et plusieurs niveaux interactifs d'ordre juridique, médical, psychologique, médiatique, social » (Delarue *et al.*, 2018, p. 6). Dès lors, existe-t-il des éléments, des contextes, des particularités ou encore des comportements spécifiques au Japon, qu'il serait intéressant d'étudier plus en profondeur

afin de vérifier leur éventuelle influence sur le faible taux de violence sexuelle? Puisque les publications actuelles ne présentent aucune réponse, notre comparaison débute par une étude de la situation globale de chacun des pays selon une perspective volontairement large et multidimensionnelle. Plus précisément pour les secteurs de la justice et de la politique, l'exploration a été guidée par les cinq concepts d'analyse stratégique suggérés par Terrill (2015) comme points de référence en approches de justice pénale comparée, soit l'État-nation, le système juridique, la démocratie, l'état de droit et la théorie des systèmes. Un ou plusieurs de ces concepts permet de faciliter une méthode d'analyse qui favorise à la fois une largeur de comparaison et une occasion d'évaluer des questions particulières dans une plus grande profondeur (Terrill, 2015, p. 5).

Compte tenu de notre pauvre connaissance du Japon et de sa culture, nous avons engagé les démarches nécessaires pour aller faire une exploration sur place. Après avoir trouvé un milieu prêt à nous accueillir, nous avons obtenu une bourse du Bureau des relations internationales de l'UQTR afin de pouvoir étudier la situation sur le terrain, d'observer, d'accéder directement aux données et de bénéficier de l'accompagnement d'une équipe universitaire japonaise. Nous avons ainsi été accueillie et accompagnée pendant une première période de trois mois, par le professeur Shinichi Ishizuka, président de la *Japanese Association of Sociological Criminology* et le professeur Itaru Fukushima, directeur du *Correction and Rehabilitation Research Center* et au *Criminology Research Center* (CrimRC), centre de recherche transdisciplinaire (crime, politiques, sciences humaines, sociologie, science, droit, éducation) de l'Université Ryukoku à Kyōto.

Devant la richesse des données obtenues et des observations *in situ*, nous y sommes retournées une deuxième période de trois mois, mais l'année suivante (en raison des modalités administratives et gouvernementales) afin de poursuivre notre recherche.

1.5 PORTRAIT COMPARATIF - CONCLUSIONS PRÉLIMINAIRES

Ce portrait présente en première partie les principales conclusions associées à l'analyse des données recueillies. L'observation du terrain et les analyses ont favorisé l'émergence de nouvelles données. Celles-ci, par leur intérêt, ont été également analysées et sont présentées en deuxième partie de ce portrait.

1.5.1 La communauté – Japon vs Canada

En ce qui concerne la communauté, c'est-à-dire les données d'ordre démographiques, locales ou institutionnelles qui communiquent de l'information sur la population générale et plusieurs de ses caractéristiques épidémiologiques, de nombreuses sources nourrissent cette section. Les principales données consultées pour étudier la communauté sont issues de plusieurs sources : *Central Intelligence Agency; Department of Economic and Social Affairs (DAES); Economic and Social Research Institute, Cabinet Office, Government of Japan; Elysee.fr; Encyclopædia Universalis; Fonds Monétaire International (FMI), Groupe de la Banque mondiale; Institut de la statistique du Québec (INSPQ); Institut de statistiques de l'UNESCO; International Labour Organization (ILO); National Institute of Population and Social Security Research (IPPS); PopulationData.net; Statistics of Japan, Japanese Government (e-Stat); Statistique Canada; United Nations (UN); United Nations Development Programme (UNDP); Wikipédia; World Bank Group BIRD-IDA.*

1.5.1.1 Démographie

Malgré sa puissance et sa place sur l'échelle économique mondiale, le Japon demeure un pays assez mal connu, entre autres, par le monde occidental, et souvent jugé à partir de nombreuses idées reçues. Dans un souci d'une observation plus concrète du contexte global, situer le Japon d'un point de vue démographique permet une appréhension plus éclairée quant au phénomène à l'étude.

Le Japon est un archipel d'Asie de l'Est qui se distingue du reste de l'Asie, entre autres, par son insularité qui l'isole de façon naturelle des influences de l'Asie continentale voisine, mais également par sa volonté nationale de préservation (Akamatsu, Elisseeff, Niquet & Pajon, 2016). Il est composé de plus de 14 000⁵ îles, dont les cinq îles principales que sont Hokkaido, Honshu, Shikoku, Kyushu, et Okinawa, qui représentent 95 % de sa superficie terrestre totale (Honkawa, 2023) pour un total de plus de 364 500 km², ce qui correspond à un territoire environ 26 fois plus petit que le Canada, dont la superficie est de 9 984 675 km² (*Food and Agriculture Organization of the United Nations [FAO]*, 2018; Wikipédia, 2020; *Central Intelligence Agency*, 2022).

1.5.1.2 Économie

Sur le plan économique, le Japon et le Canada font partie des sept pays (G7) considérés comme les plus grandes puissances industrielles et les plus riches du monde (Ministère fédéral de l'Économie et de la Protection du Climat, 2023). Ils présentent également des taux de chômage très faibles avec respectivement des taux de 2,8 % et 6,3 % en 2017 (*International Labour Organization*, 2019). Le Japon est dans une situation

⁵ Plus de 10 000 îles sont tellement petites qu'elles ne sont pas comptabilisées dans certaines descriptions géographiques du pays.

considérée de « plein emploi » comme plusieurs régions au Canada et plus particulièrement le Québec.

1.5.1.3 Indice de développement humain

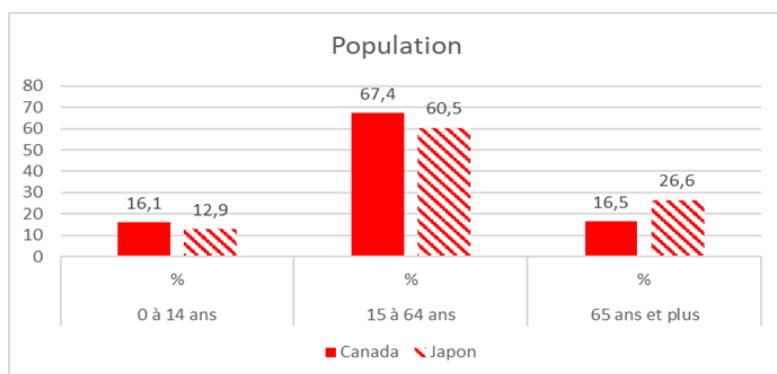
En ce qui concerne l'Indice de développement humain (IDH), indice composite mesurant le niveau moyen atteint dans trois dimensions fondamentales du développement humain : vie longue et en bonne santé, connaissances, et niveau de vie décent (*United Nations Development Programme* [UNDP], 2018), le Japon et le Canada sont relativement proches, avec des IDH respectifs de 0,926 et de 0,909, ce qui les place au 19^e et au 12^e rangs des 189 pays dont l'indice est publié.

1.5.1.4 Population

Malgré une légère différence dans la proportion de la population âgée de 65 ans et plus, plus importante au Japon, nous pouvons constater (figure 2) que le Japon et le Canada présentaient en 2017 un portrait proportionnel relativement similaire en ce qui concerne les différentes tranches d'âge de leur population. Il en allait de même du ratio hommes-femmes (figure 3).

Figure 2

Populations du Canada et du Japon en 2017



Source : Données provenant de l'Institut de la statistique du Québec; Comparaisons économiques internationales (2017) et du *National Institute of Population and Social Security* (2017).

Figure 3

Proportions hommes-femmes au Canada et au Japon, 2017



Source: Données provenant du *National Institute of Population and Social Security Research* (2020) de Statistique Canada, tableau 17-10-0005-01 (2017), (2020).

1.5.1.5 Communauté – Conclusion

Ce portrait démographique comparatif permet de constater que le Japon et le Canada ne présentent pas de grandes différences en ce qui concerne les données générales relatives à la communauté.

En ce qui concerne une potentielle influence de la densité populationnelle sur le taux de violence sexuelle, la littérature scientifique tend à la confirmer, notamment dans le domaine de la théorie écologique du crime, qui considère qu'une forte densité populationnelle constitue un facteur qui peut avoir un impact sur la croissance de la criminalité et de la déviance (Stark, 1987). Le Japon est le 11^e pays le plus peuplé au monde (*Statistics Bureau of Japan*, 2020), et sa capitale Tōkyō 「東京」, qui compte plus de 40 millions d'habitants, (agglomération incluse) est la deuxième ville la plus peuplée au monde, après Hong Kong (PopulationData.net, 2020). De fait, la population de Tōkyō est plus importante que la population totale du Canada. La population du Japon en 2020 s'élevait à un peu plus de 126 millions de personnes et celle du Canada à 38 millions, soit une population 33 fois plus importante (Statistique Canada, 2020). En ce qui a trait à la

densité populationnelle, elle est de 340,8 habitants au km² au Japon (*Statistics Bureau of Japan*, 2020) ce qui est presque 90 fois plus important que celle du Canada qui est de 3,8 habitants au km² (Statistique Canada, 2020).

Ainsi, cette situation ne corrobore pas les théories en ce qui concerne l'influence d'une forte densité populationnelle sur la criminalité. Cette situation unique et ces contradictions théoriques posent de nouveau la question quant au si faible taux de violences sexuelles présenté par le Japon.

Leonardsen (2004) avait aussi constaté cela dans le champ de l'industrialisation. Il expliquait que le Japon a un taux de criminalité extraordinairement faible, malgré son niveau d'industrialisation, alors qu'il est considéré que, généralement, la criminalité augmente selon l'urbanisation et la rapidité des changements sociaux. De fait, selon lui, le Japon ne se conforme pas à cette règle, ce qui lui a valu le titre de *negative case* en criminalité.

1.5.2 Taux de criminalité – Japon vs Canada

Selon la Commission pour la prévention du crime et la justice pénale des Nations Unies (2014), surveiller l'évolution de la criminalité, sa nature et son étendue dans le monde entier devrait permettre d'identifier et de développer des stratégies pour la combattre.

Pour l'étude de ce type de données, les données publiques de sources officielles, telles qu'Emploi et développement social Canada, *National Institute of Population and Social Security Research (IPSS) Japan*, *United Nations Office on Drugs and Crime* (UNODC); Service correctionnel Canada; Statistique Canada; Statistics Japan, *Ministry of Internal Affairs and Communications*; *United Nations Asia and Far East Institut for the*

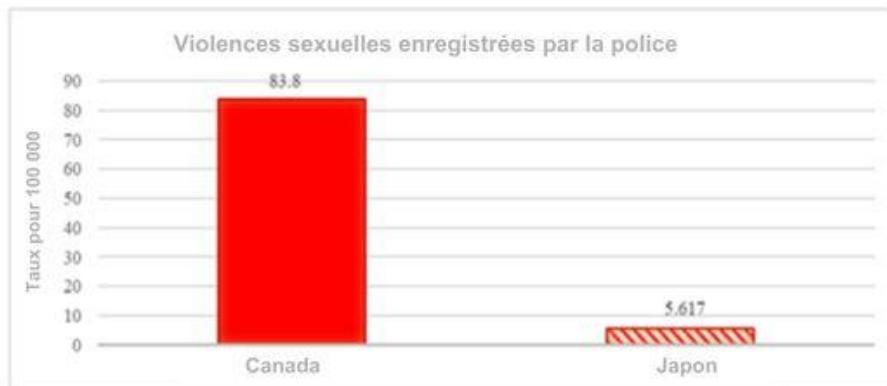
Prevention of Crime and treatment of Offenders (UNAFEI) ont été explorées. Ces données ont été observées en concomitance avec des données complémentaires de types déclaratives, soit des sources telles que des enquêtes, des études, des déclarations directes, et dans les médias. Jumeler l'exploration de ces différents types de données a permis de faire des analyses situationnelles plus poussées, entre autres par la consultation de personnes-ressources au Japon.

1.5.2.1 Taux de violence sexuelle

En 2016, les taux de violence sexuelle étaient respectivement de 83,8 pour 100 000 habitants pour le Canada et de 5,6 pour 100 000 pour le Japon, ceux-ci incluant le viol et les agressions sexuelles, y compris les infractions sexuelles contre les enfants (UNODC, 2020).

Figure 4

Taux de violence sexuelle au Japon et au Canada 2016



Note. Toutes formes de violences sexuelles incluses enregistrées par la police en 2016.
Source: Données provenant de *Nations Office on Drugs and Crime* (UNODC), (2020)

Jusqu'en 2017, au Japon, seules les pénétrations vaginales étaient considérées sous la terminologie de viol 「強姦」(Gōkan)]. Depuis, le terme de viol a été remplacé par « acte

sexuel forcé » 「強制性交」(Kyōseiseikō)] et inclut tous les types de pénétrations par la force ou la menace 「刑法」(Keihō, *Penal Code Japan*).

De plus, le rapport de l'acte à la police ne s'appuie plus seulement sur la plainte de la victime, celle-ci n'étant plus obligatoire pour poursuivre un agresseur. Le Canada a également modifié certaines catégories d'agression dans ses définitions juridiques. Il faut donc prendre en compte les différences de définitions juridiques des infractions d'un pays à l'autre et être prudent quand il s'agit de comparaison antérieure à 2017 ou transnationale (UNDOC, 2020). Cependant, malgré ces prudences nécessaires, il demeure que les différences sont d'une ampleur inexpliquée.

1.5.2.2 Violences sexuelles réglées par les tribunaux

En ce qui concerne les causes réglées par les tribunaux de juridiction criminelle pour adultes, en 2014-2015, au Canada 5790 cas d'agressions sexuelles et autres infractions sexuelles ont été réglés (Statistics Canada, 2017) et 633 cas de viol et *indecent assault* pour 2015 au Japon (Ministry of Justice (MOJ), 2017, p. 32).

1.5.2.3 Criminalité – Conclusion

La possibilité de sous-déclarations étant une des hypothèses les plus avancées, la première démarche a été de vérifier le taux de non-déclarations d'agressions sexuelles à la police par les victimes pour chacun des pays. Selon les résultats de la dernière « enquête de base sur la création d'une société sûre et sécurisée » (*Hōmu-shō* 「法務省」, mars 2013), ce sont 76 % des victimes de viols, agressions sexuelles et contacts sexuels non désirés par l'utilisation de la force, qui n'auraient pas déclaré leur agression (1^{ère} enquête, 87,1 % et 2^e enquête, 77,8 % (femmes uniquement)). Les médias (non-Nippon) les annoncent à 95 %. Du côté du Canada, selon *l'enquête sociale générale menée par Statistique Canada*,

seulement 5 % des agressions sexuelles en 2014 avaient été signalées à la police (Conroy & Cotter, 2017; Rotenberg, 2017 et 2019).

Ainsi, même si l'on considère le pourcentage le plus haut avancé par les médias pour le Japon, force est de constater que la sous-déclaration ne diffère pas du Canada. Donc, les données sur la violence sexuelle peuvent être considérées comme valides pour la comparaison entre les deux pays.

1.5.3 Politique et législation – Japon vs Canada

Comme l'a constaté Kieffer, « le contexte sociopolitique peut-être une variable primordiale de l'émergence des violences sexuelles, comme problème d'intérêt public » (Kieffer, 2013, p. 98). Flood et Pease (2009) affirment que les politiques de justice pénale et les mouvements sociaux exerçaient une influence sur la violence envers les femmes.

Plusieurs sources officielles précédemment citées ont été consultées, complétées par différentes ressources, afin d'obtenir plus de matériel, d'informations et une validation quant à notre compréhension des données en lien avec le phénomène étudié. Il s'agit principalement des ressources ministérielles (député et responsables du bureau de réhabilitations du ministère de la Justice de Tōkyō, 2017; prisons pour adultes; centre de détention pour jeunes; administration pénitentiaire; responsables et intervenants, Osaka 2016, Tōkyō 2019), des professionnels (avocats, agent de réhabilitation, *legal social worker*, officiers de probation, intervenants auprès d'agresseurs ou auprès de victimes, Japon 2016-2017, 2019-2020), et des scientifiques (*Ryukoku Corrections and Rehabilitation Center* (RCRC), 2016-2020, *Japanese Association of Criminologie, Asian Criminological Society, Criminology Research Center* (CrimRC), Ryukoku University, Japon 2016-2020).

Selon une observation globale, là encore, le Canada et le Japon présentent une administration politique assez ressemblante, caractérisée notamment par la présence d'une monarchie constitutionnelle au rôle symbolique de préservation de l'unité nationale⁶. Ils présentent également tous deux un gouvernement démocratique et une séparation des pouvoirs législatif, exécutif et judiciaire. Ils se composent d'un système juridique mixte de droit civil et de *Common Law*, leurs différents systèmes judiciaires sont chapeautés par une cour suprême, le pouvoir judiciaire étant réparti au sein de huit cours supérieures régionales au Japon et de onze cours supérieures provinciales et territoriales au Canada, les tribunaux étant dispersés dans différentes villes. Les lois qui se rattachent particulièrement aux sanctions concernant les crimes sexuels sont relativement similaires pour la période étudiée.

1.5.3.1 Processus pénal

Le Japon applique des procédures différentes de celles du Canada, souvent dénoncées, telles que la possibilité de garde à vue pouvant aller jusqu'à 23 jours. De plus, il est rare qu'une affaire soit amenée jusqu'à un procès en l'absence d'aveux ou de preuves. De fait, le Japon présente un taux de condamnation de plus de 99 %, mais qui suscite beaucoup de questionnement de la part de la communauté internationale (Johnson, 2012; Ramseyer & Rasmusen, 2001; Ross & Thaman, 2016).

Selon Tokikasu (2013) les procureurs ont beaucoup de pouvoir et ceux-ci choisissent de ne poursuivre que les accusés dont ils sont fermement convaincus qu'ils doivent être condamnés.

⁶ Au Canada, la monarchie est représentée par la Gouverneure générale, alors qu'au Japon, la souveraineté est attribuée au peuple japonais par la constitution.

1.5.3.2 Sentence

Pratt (2007) a également observé un populisme pénal tel qu'on le retrouve dans de nombreux pays. Selon lui, celui-ci est influencé par de nombreux facteurs et particulièrement les médias qui, lors d'affaires spécifiques, exhortent les législateurs à ordonner rapidement. Les tribunaux cherchent à gagner la confiance du public dans le système judiciaire en répondant à la demande du public en punitions sévères et en condamnations à mort. De fait, le nombre de condamnations à mort a augmenté au Japon. Dans l'enquête de Bellivier, Raemdonck et Wu (2008), des journalistes japonais de renom témoignent de l'impact des médias

qui ont commencé à dire que le public demandait des peines plus lourdes, ce qui crée et forme plutôt l'opinion dudit public. Le citoyen accepte cette tendance, cette nouvelle atmosphère, qui aboutissent à l'augmentation du nombre de condamnations à mort alors que le nombre de crimes ne croît pas (p. 16).

En effet, l'une des peines les plus extrêmes au Japon face aux crimes violents, comme le meurtre, est la peine de mort par pendaison. Cette sanction le distingue de nombreux pays qui ont aboli la peine de mort, incluant le Canada. Cependant, en ce qui concerne son usage, de nombreux articles scientifiques appuient qu'il n'a jamais été démontré que l'application de la peine de mort avait un impact dissuasif sur la criminalité (Algar, 2020; *Amnesty International*, 2006, 2020; Beauregard, 2016; Demont & Sayah, 2012; Picard, 2018).

Dans l'ensemble des pays ayant aboli la peine de mort, il a été constaté que la criminalité n'avait pas augmenté, mais avait même diminué. Sans qu'un lien de causalité ne puisse être démontré — au-delà de la simple corrélation —, le Canada est souvent cité en exemple, avec une diminution de 52 % des homicides depuis l'abolition de la peine de mort en 1975.

1.5.3.3 Politique et législation – Conclusion

Bien que le consensus au sujet de l'impact des politiques de justice pénale sur les attitudes de la communauté dans son ensemble soit faible (Dugan, Nagin & Rosenfeld, 2003), une étude états-unienne indique que l'existence de sanctions juridiques pourrait avoir un impact sur les attitudes envers la violence à l'égard des femmes. Cependant, au regard de nombreuses études, la recherche scientifique avance que le risque d'une peine de prison (quelle qu'en soit la mesure) n'a pas d'impact sur la prise de décision menant à l'acte : « un criminel potentiel n'adoptera pas un raisonnement objectif et d'une parfaite logique, ne se projettera pas systématiquement vers un avenir lointain (comme sa condamnation à mort) ou sera persuadé qu'il y échappera » (Demont & Sayah, 2012, p. 85).

Lorsqu'on tente de comparer les effets relatifs des sanctions par opposition à ceux de la réadaptation, on constate que plusieurs très vastes méta-analyses (p. ex. Aos, Miller & Drake, 2006; Lipsey & Cullen, 2007; Smith, Goggin & Gendreau, 2002) en arrivent à la même conclusion : les sanctions à elles seules ne réduisent pas les comportements délinquants. De fait, nous ne nous sommes pas attardée plus avant sur la présence de l'application de la peine de mort et de sanctions sévères, puisqu'il n'est pas démontré que celles-ci ont un impact significatif sur le passage à l'acte criminel.

1.6 PORTRAIT COMPARATIF-DÉCOUVERTES COLLATÉRALES

Au cours de nos lectures, analyses, observations de même que lors d'échanges sur le terrain au Japon, des constats imprévus ont émergé. Ces données émergentes ont également fait l'objet d'analyses en raison de leur pertinence évidente en regard du sujet de la recherche et de la possibilité qu'elles offraient d'ouvrir de nouvelles pistes à explorer.

1.6.1 Le phénomène des chikan「痴漢」

L'une de nos premières découvertes fut le constat d'une mise en avant publique et médiatique du problème des *chikan*. Le *chikan* est appelé plus communément dans les pays occidentaux un « frotteur ». Un frotteur est défini comme une « personne (souvent homme) qui profite de la promiscuité des lieux publics (transports en commun) pour rechercher l'excitation sexuelle par des contacts subreptices avec une autre personne » (Le Robert, 2019). Dans leur *Dictionnaire de la psychiatrie*, Juillet et Allilaire (2000) catégorisent cet acte parmi les déviances ou les perversions sexuelles.

Le frotteurisme est un acte répréhensible et puni par la loi dans plusieurs pays, y compris le Japon et le Canada. Au Japon, le *chikan* est présenté comme un pervers ayant des comportements inappropriés. L'illustration suivante (figure 5) a pour ambition de présenter les différentes formes de ces harcèlements sexuels.

Figure 5

Exemples de divers types d'harceleurs sexuels dans le métro japonais



Source. Illustration de l'illustratrice なご(Nago), Osaka-based illustrator, Examples of various sexual harassers on the Japanese subway @ikng_0. Twitter (2019, 29 mai).

1.6.1.1 Mesures publiques

En termes de mesures publiques, le phénomène au Japon est pris en compte par les autorités et les transports en commun et diverses mesures ont été mises en place. Par exemple, des wagons spécifiquement réservés aux femmes sont mis à disposition aux heures de pointe dans les deux principales villes, Osaka et Tōkyō (on retrouve cela au Mexique et également des autobus pour femmes au Canada durant la nuit dans certaines villes principales), des systèmes de caméras de surveillance dans les wagons, des panneaux de signalisation. Une application mobile est également proposée par le *Metropolitan Police Department* de Tōkyō : le « Digi Police ». Téléchargée 237 000 fois, elle peut lancer une voix criante « Arrêtez-le » au volume maximal, ou un message SOS en plein écran que les victimes peuvent montrer, par exemple, à d'autres passagers dans les transports (Shingo, 2019).

1.6.1.2 Mesures médiatiques

L'une des particularités que nous avons observées concerne la médiatisation publique du phénomène des *chikan*. Par exemple, les chaînes télévisées publiques présentent des émissions avec des professionnels pour aviser de la problématique et des mesures à prendre. Par exemple, y a été présentée une vidéo montrant un homme filmé par des policiers en train d'effleurer l'extérieur de son doigt à plusieurs reprises près du fessier d'une jeune femme, détaillant ainsi l'entièreté du processus jusqu'au tâtonnement. Les nouvelles nationales ont diffusé de nombreuses fois de telles vidéos montrant des hommes pris sur le fait. Les plus diffusées en 2023 furent celles d'un homme en costume qui courait à travers les voies de chemin de fer pour s'échapper et d'un autre homme poursuivi sur le quai par deux collégiennes qui le dénonçaient, et qui fut stoppé par le croc-en-jambe d'un

autre homme. Il est intéressant de noter que les diverses mesures mises en place et plusieurs vidéos associées à des phénomènes de *chikan* ont été véhiculés par de nombreux médias occidentaux, qui ont alors présenté le Japon comme un pays de pervers qui, de fait, nécessitent des mesures exceptionnelles face à ces déviances.

1.6.1.3 Chikan 「痴漢」- conclusion

Ce phénomène n'est donc pas une problématique exceptionnelle, mais relativement commune, particulièrement dans les capitales de nombreux pays. Par exemple, en France, 100 % des femmes affirment avoir déjà été victimes de frotteurisme et d'autres harcèlements, dans les transports publics (Bousquet, Moiron-Braud, Ronai et Ressot, 2015), 78 % à Mexico – voire 90 % selon certains mouvements – (Balutet, 2018) et 70 % à Tōkyō (Kobayashi, 2017). Malgré le fait que le type de comportement déviant soit différent et possiblement teinté d'aspects culturels, par exemple, le toucher subreptice (souvent avec la main) et la prise photo sous les jupes (Japon, Corée); le frottement direct du sexe masculin par des personnes isolées et le harcèlement en groupe avec toucher et commentaires sexuels dans les pays occidentaux sont davantage fréquents.

Ceux-ci demeurent des actes répréhensibles d'agression à caractère sexuel. Cependant, il serait intéressant de nous pencher plus avant, dans de nouvelles études, sur les mesures de prévention et de prise en charge véhiculées par le gouvernement japonais, les sociétés de transport en commun et les médias, afin d'analyser leur impact dans ce contexte particulier. Des mesures existent également en Occident Par exemple, au Québec, les bus qui proposent des services pour femmes qui voyagent seules la nuit, ou encore la police spéciale pour les frotteurs dans le réseau du métro parisien en France. Il pourrait être intéressant de les considérer également dans les études.

1.6.2 La place prépondérante de ressources à caractère sexuel pour homme.

L'autre constat imprévu qui a émergé de nos observations au Japon concerne la découverte de la place prépondérante dans l'espace public du matériel à caractère sexuel et de ses caractéristiques culturelles. En effet, le Japon se distingue par une omniprésence d'objets de consommation à caractéristiques sexuelles que ce soit dans les médias (télévision, radio, publicité, magazines, mangas, jeux vidéo), les espaces publics (transports collectifs, devantures, rues, dépliants, cosplays, démarchage de rue, distributeurs automatiques, festivals, expositions, etc.) et des quartiers renommés (Pioch et Aizawa, 2022).

Dans un contexte de « libre accès », c'est-à-dire facilement accessible et légal, les aspects contextuels associés à la communication sexuelle au Japon se présentent sous diverses formes et supports. Celle-ci s'adresse majoritairement aux hommes, que ce soit, entre autres, sous formes matérielles, de services, d'activités publiques, informationnelles, ludiques, ou plus inusitées.

1.6.3 Les représentations occidentales du contexte sexuel japonais

Cette place prépondérante de divers services et événements culturels à caractéristiques sexuelles interpelle les Occidentaux qu'il s'agisse des individus, des médias ou de la scène publique internationale.

1.6.3.1 Représentations des comportements sexuels dans les communications médiatiques occidentales

Si l'on regarde du côté des médias, le Japon est en effet un pays régulièrement pointé du doigt par l'Occident en ce qui concerne son rapport à la sexualité. Quel que soit le niveau de sérieux des sites d'informations, le sujet semble interroger, voire préoccuper

les Occidentaux. Les informations soumises sont volontairement très accrocheuses selon le sujet et la façon dont il a été traité et amené. Les critiques sont largement teintées par les préjugés et les valeurs occidentales.

Les médias d'actualités populaires sur Internet (p. ex. MSN, Yahoo, Bing, etc.), qui communiquent de façon continue des extraits d'informations internationales issues de nombreuses sources en tout genre (journaux, informations télévisées, périodiques, sites Internet, blogues, etc.), font régulièrement les gros titres avec des sujets portant sur la sexualité des Japonais. Généralement, il s'agit d'une mise en avant du caractère atypique et multiforme du matériel sexuel disponible au Japon, par exemple, « Les Japonais fous de « sex-toys » (Mesmer, 2009), mais également de l'expression de codes pornographiques dans de nombreux autres médiums publics, par exemple, « Guerre des orgasmes au Japon » (Boisvert, 2013).

Des blogues médiatiques présentent le Japon comme un pays conciliant face aux attitudes et comportements sexuels présentés comme anormaux. Certains n'hésitent pas à avancer que « les comportements sexuels déviants de toutes sortes au Japon seraient la norme. Le viol, par exemple, est largement toléré dans le cadre de la vie quotidienne » (Ayres, 2012).

À partir des informations véhiculées sur Internet en ce qui concerne la sexualité au Japon, deux hypothèses a priori très antinomiques sont le plus souvent avancées à grands renforts d'investigation journalistique ou d'exemples d'événements particuliers mis en avant pour en témoigner. Par exemple : « Japon : Le premier festival “porno et réalité virtuelle” annulé à cause d'une affluence record! » (20minutes.fr, 2016). Ces informations circulent sur de nombreux sites occidentaux d'information journalistique en ligne, tant en

Angleterre que dans le reste de l'Europe, au Canada ou aux États-Unis (p. ex. *Daily Mail*, *The Independent*, *Huffington Post*, *France 3*, *La Presse*, *L'Express*, *Le Journal de Montréal*, *Libération*, *MSN*, *Radio-Canada*, *Radio-Télévision Suisse*, *The Guardian*, etc.). Ces plateformes se nourrissent les unes les autres, en citant des chiffres et des sources qu'il est difficile, voire impossible, de retracer — ce qui rend leur validité difficile à évaluer.

On y retrouve ainsi une double conclusion a priori contradictoire. D'une part, les médias qui affirment que les Japonais ne s'intéressent pas ou n'aiment pas le sexe – entendons par-là « une activité sexuelle de couple » (AFP relayée par *La Presse*, 2011; par Haworth, 2013; Le Breton, 2013). Certaines enquêtes reprennent cet aspect tout en présentant l'univers parallèle de l'industrie du sexe du Japon (p. ex. « Enquête exclusive – Japon : le sexe et l'amour en crise », De la Villardière, 2016; « L'amour et le sexe au Japon » reprise non spécifiée de l'émission enquête exclusive, (Ici Tou.tv, 2019)). D'autre part, il y a ceux, plus nombreux, qui présentent de façon récurrente le Japon comme un pays composé de « pervers » et aux comportements hors normes, comme « les toké de Tōkyō » (De Caunes et Stuart, 2010) diffusé à la télévision française et sur plusieurs plateformes en ligne.

1.6.3.2 Traitement médiatique occidental – conclusion

Cette lecture de nombreux documents destinés au grand public et diffusés principalement dans les médias occidentaux numériques a mis en évidence une représentation occidentale du Japon comme le berceau de consommateurs de matériel sexuel hors norme, déviant et pervers; parallèlement, la population de ce pays serait très pauvre en matière de relations sexuelles. Cependant, ce type d'information et sa circulation questionnent quant au traitement de l'information et la difficulté de trouver les sources

fiables. Par exemple, il est avancé que certaines femmes se prêteraient plus ou moins volontairement à des comportements sexuels avec des prédateurs dans des lieux publics et particulièrement dans les transports en commun où « les passagers du train ou du bus, quelles qu'en soient les raisons, ne s'impliquent pas et ignorent l'incident du mieux qu'ils peuvent », les éléments répandus sur le Web en étant la preuve (Ayres, 2012). Cependant, en poussant les recherches plus loin, on constate facilement qu'il s'agit de vidéos pornographiques produites dans des environnements reproduisant fictivement la réalité (Adelstein, 2009).

De plus, comme l'a également souligné Francoeur (2012), entre autres par l'analyse de nombreuses études empiriques (Davis, 2002; ProPublica, 2011; Sissons, 2012), on constate un procédé de réutilisation d'un même contenu dans plusieurs médias d'une même entreprise de presse (Bernier, 2008), de même qu'une coproduction de contenu entre professionnels et non-professionnels (Jenkins, 2006) » (Francoeur, 2012). En fait, afin de mettre rapidement en ligne une information, les communications de presse vont s'appuyer sur des sources fournies, par exemple, par des relationnistes, et ce, sans traitement journalistique (Boulay et Francoeur, 2014; Francoeur, 2012).

1.6.4 Représentations et considération des comportements sexuels au Japon sur la scène internationale

La scène internationale et particulièrement l'Organisation mondiale de la santé et les Nations Unies s'intéressent également à la situation du Japon en ce qui concerne, entre autres, sa position par rapport à la pornographie, aux violences qui y sont associées et à la place qu'y tiennent des femmes et les enfants. Ainsi, malgré la reconnaissance du Japon comme l'un des pays les plus sécuritaires et de son taux exceptionnellement bas de

violences sexuelles, sa présence dans différents médias interpelle le comité pour l'élimination de la discrimination à l'égard des femmes (*Convention on the Elimination of All Forms of Discrimination Against Women*, CEDAW).

1.6.4.1 Considérations et exhortations du CEDAW

Selon le CEDAW (2009 et 2016), une partie de l'industrie du divertissement japonais (jeux vidéo, mangas, *anime*⁷, *webtoons* et autres produits dérivés) présente un contenu pornographique, voire pédopornographique. Ce comité assimile ces contenus à de la violence sexuelle à l'égard des femmes et des enfants, et s'inquiète spécialement des stéréotypes qu'ils véhiculent, de plus en plus répandus dans les médias, qui présentent la femme comme un objet sexuel. Il a ainsi demandé au Japon de s'engager vivement à interdire la vente de ces produits et a prié les représentants de l'État japonais d'encourager les médias de masse à promouvoir des changements culturels, notamment quant aux rôles et aux tâches jugées appropriées pour les hommes et les femmes.

Selon le CEDAW (2009), il y a des raisons de craindre que des informations provenant de divers médias contenant des images de violence et de brutalité ne puissent compromettre le développement des jeunes et renforcer la tendance du grand public à tolérer des comportements sexuels déviants et les actes de cruauté.

1.6.4.2 Explications des représentants du Japon

En 2016, le CEDAW recevait une délégation japonaise afin de connaître les mesures prises pour lutter contre la production, la distribution et l'utilisation massive de vidéos pornographiques dans lesquels les femmes sont les cibles de violences sexuelles, ainsi que

⁷ *Anime* [アニメ] abréviation de [アニメーション] *animēshon* (animation), désigne ici le dessin animé, les films d'animation

contre la sexualisation de l'image féminine à des fins commerciales. Les représentants de l'État japonais ont expliqué, entre autres, que l'article 175 du Code pénal réprime la distribution, l'affichage public et la détention à des fins de distribution de dessins à caractère obscène. La détention, la production, l'offre et l'affichage public de matériel pornographique mettant en scène des enfants sont également punissables au regard de la loi.

En ce qui concerne l'industrie médiatique, ce sont les professionnels de ces secteurs et leurs organismes indépendants d'évaluation qui se sont eux-mêmes imposé des règles consistant à attribuer des commentaires et des notes aux différents médias présentant des scènes sexuellement explicites ou violentes, y compris des comportements antisociaux, afin d'empêcher la distribution de jeux et de films inacceptables d'un point de vue éthique.

En réponse, le CEDAW exhortait à nouveau le Japon de pousser plus avant les mesures afin d'interdire ce type de production, notamment dans les mangas, les jeux et les vidéos, ainsi que leur accessibilité.

1.6.4.3 Réaction de l'Institute of Contemporary Media Culture Representative and Designer du Japon

L'une des représentantes de cette industrie au Japon a réagi vivement face aux réclamations du CEDAW. En effet, Kumiko Yamada (2016), représentante du *Women's Institute of Contemporary Media Culture Representative and Designer* au Japon, s'est exprimée notamment en ce qui concerne l'objectif avancé par la sommation, soit « la protection des droits des femmes au Japon ». Elle a expliqué qu'interdire la vente de ce type de média n'était pas acceptable, spécialement du fait qu'au Japon, la communication à travers des médias de ce genre provient d'une attitude de tolérance « s'abreuvant du pur

et du sale sans préjugés » (Yamada, 2016). Selon elle, ces médias se sont développés pour aborder tous les thèmes :

C'est une liberté d'expression, liberté d'exprimer nos points de vue et avec cela exprimer la vision d'un monde où des humains vivent et meurent qu'il y a des choses pures et merveilleuses et des choses sales et désagréables qui se mêlent les unes avec les autres (Yamada, 2016)

1.6.4.4 Communication et représentations de la scène internationale sur le Japon – conclusion

Le discours du comité des Nations Unies met de l'avant une volonté de protéger les femmes de la violence sexuelle face aux caractéristiques considérées pornographiques véhiculées dans différents supports médiatiques publics japonais. Toutefois, en accusant ainsi le Japon d'une forme de mise en marché et de banalisation de la violence sexuelle, le comité des Nations Unies se positionne comme censeur et moralisateur, ce qui, d'un point de vue communicationnel, ne favorise pas l'ouverture au dialogue et peut provoquer de la résistance défensive. De son côté, le Japon ne semblait pas voir une menace, mais plutôt une liberté d'expression à défendre, expliquant également qu'il s'agissait d'œuvres de fiction et qu'il était important de savoir distinguer l'imaginaire de la réalité (dixit un représentant japonais au cours des discussions).

Cet échange entre le Japon et les États-Unis, ainsi que les représentations de la sexualité japonaise véhiculées par les médias, mettent en lumière un problème de communication et de compréhension face à une réalité relative à la représentation sexuelle perçue comme problématique par les uns et apparemment normale par les autres. Ce n'est pas la première fois que la communication est difficile sur le sujet de la violence sexuelle entre des représentants des Nations Unies et le Japon. Par exemple, en novembre 2015, le correspondant au Japon pour Libération Arnaud Vaulerin rapportait une de ces

« altercations » et ses conséquences. Il expliquait que le gouvernement japonais avait réagi vivement à une rapporteuse spéciale des Nations Unies et exigé qu'elle retire ses déclarations, notamment sur la pornographie et certaines pratiques d'étudiantes mineures japonaises (rendez-vous rémunérés qui pouvaient inclure une relation sexuelle) qu'elle avait mises en avant publiquement. Le ministère des Affaires étrangères avait jugé ses propos « inappropriés et extrêmement regrettables ». Le gouvernement dénonçait des informations jugées non fiables, fondées sur des sources incertaines, qu'il ne pouvait accepter et qui, de surcroît, risquaient de créer des malentendus concernant la jeunesse japonaise à l'échelle mondiale. La représentante s'était alors rétractée quelques heures plus tard.

Si l'on observe les positions respectives observées dans les échanges entre le CEDAW et divers représentants du Japon, celles-ci semblent suffisamment contrastées pour donner matière à réflexion. Il en va de même en ce qui concerne la couverture des évènements et les prises de position de médias occidentaux envers le Japon et son rapport à la sexualité. En effet, que ce soit à travers les arguments présentés par ce comité des Nations Unies ou dans les diverses publications médiatiques occidentales sur le contexte sexuel au Japon, on retrouve principalement des qualificatifs basés sur des notions de « normes », de « pornographie », et de « déviances » qui, pour le CEDAW (2009, 2016) assujettissent à la violence et à sa banalisation

En ce qui concerne la presse écrite ou numérique, on retrouve également une certaine focalisation, notamment sur Internet, en ce qui a trait à tout ce qui concerne les aspects sexuels du Japon. On y retrouve une certaine tendance de la presse occidentale à

railler le Japon en ce qui concerne son rapport à la sexualité, comme nous l'avons vu ci-dessus.

Ce constat suscite la question de la manière d'observer, d'analyser et d'appréhender les contextes culturels différents et, par-là, d'y porter une forme de jugement. En effet, selon Katambwe (2008), la communication sociale doit inclure « la prise en compte d'autrui, de ses attentes et de ses valeurs, l'affirmation de sa liberté d'agir, c'est-à-dire de sa face positive et négative (Goffman, 1973) et la montée en généralité anticipant l'accord et le consensus (Thévenot, 2006) ».

Ainsi, paradoxalement aux discours présumant des effets pervers de la consommation de matériel à caractère pornographique, ce Japon présenté comme un pays masculiniste, pornographe et pervers, est considéré actuellement comme l'un des pays les plus sécuritaires au monde, particulièrement en matière de criminalité et de violence sexuelle.

1.7 PORTRAIT COMPARATIF - CONCLUSION

D'un point de vue rétrospectif, cette étude préliminaire sur la situation au Japon versus celle du Canada visait à brosser un portrait comparatif de la question de la violence sexuelle dans les deux pays dans l'objectif de trouver, si ce n'est une réponse, du moins une piste éventuelle concernant la faible présence de violence sexuelle au Japon. Ainsi, deux constats inattendus ont été mis en exergue.

1.7.1 Premier constat

Le Japon et le Canada présentent plus de points communs que de différences. En effet, l'analyse comparative a permis de constater que, malgré des contextes culturels très différents, le Japon et le Canada présentaient plus de similitudes que de différences en ce

qui concerne les données étudiées. Nous n'avons pas pu observer d'élément suffisamment différent et contrastant qui à lui seul aurait pu apporter une explication concernant le faible taux de violence sexuelle du Japon par rapport aux autres pays industrialisés.

1.7.2 Deuxième constat

La deuxième découverte importante fut celle du contexte culturel japonais qui, à la différence de nombreux pays, y compris le Canada, présente un caractère inusité en raison de la présence et de la disponibilité prépondérante d'événements, de services et de matériels divers présentant un caractère sexuel et destinés aux hommes. On peut en effet constater une omniprésence d'objet de consommation à caractéristique sexuelle dans les médias de masse (télévision, radio, publicités, magazines, manga, jeux vidéo), les espaces publics (transports collectifs, devantures, rues, dépliants, cosplay, démarchage de rue, distributeurs automatiques, festivals, expositions, etc.) et les quartiers renommés pour concentrer cette offre.

Cette profusion, diffusion, et disponibilité matérielle, tout comme la sexualité des Japonais, présente de nombreuses caractéristiques particulières qui semblent interpeller le monde occidental dans ses représentations culturelles, et ses appréhensions des normes, de la déviance et de la pornographie, comme en témoignent de nombreux articles journalistiques occidentaux sur la sexualité nippone.

On retrouve, en effet, au Japon une profusion de ressources visuelles et/ou matérielles à caractère sexuel dans les médias de masse et les espaces publics et, parallèlement, contrairement à la situation qui s'observe en Occident, l'exploitation de caractéristiques sexuelles (désir, érotisme, nudité, etc.) y semble complètement absente des

publicités dans les espaces publics. Macfarlane (2009) décrit bien cette surprise occidentale :

On est frappé, en traversant une grande ville japonaise, en regardant les publicités dans les magasins, dans les trains ou sur la multitude de chaînes de télévision, par l'absence de sexe. La publicité exploite à peine le pouvoir du désir sexuel pour vendre [...] Quand une femme apparaît dans une publicité japonaise, elle est généralement modeste et innocente [...] À l'inverse, l'exposition du corps humain et les extrêmes de la sexualité mis en scène par l'industrie de la pornographie dénotent une attitude prosaïque et une banalisation plutôt choquante pour de nombreux Occidentaux » (p. 89 et 91), ce qui pourrait également expliquer le traitement de l'information médiatique occidentale et les réactions de la scène publique internationale.

1.8 EN CONCLUSION DE CE PREMIER CHAPITRE

Toujours dans une démarche de théorisation, nous avons d'abord entrepris une conceptualisation de la problématique de la violence sexuelle en nous appuyant sur les connaissances actuelles. Cette étape nous a permis de mettre en lumière le cas unique du Japon, qui affiche un taux de violence sexuelle très faible comparé aux autres grandes puissances mondiales. Ce constat a orienté notre recherche vers une analyse plus poussée de ce phénomène, non seulement en raison de sa spécificité statistique, mais aussi parce que le Japon se présente en quelque sorte comme un exemple à observer de plus près. En effet, ce type de perspective est encouragé par l'OMS : « ce qui compte vraiment dans l'effort de prévention de la violence, c'est ce qui fonctionne » (Krug et al., 2002).

Étant donné le large spectre populationnel et les nombreuses disciplines que la violence sexuelle affecte et implique, nous avons effectué ce premier portrait comparatif

entre le Japon et le Canada dans la perspective de la santé publique, permettant ainsi un regard pluriel et transdisciplinaire. Le choix d'une étude comparative devait permettre de mettre le doigt sur des différences significatives qui pourraient expliquer la situation observée.

Comme nous l'avons vu, nous avons été surprise par les constats qui ont résulté de cette étude, soit le fait que 1) le Japon et le Canada présentent plus de points communs que de différences et 2) une omniprésence, au Japon, d'objets de consommation à caractéristique sexuelle destinés aux hommes qui interpelle le monde occidental dans ses représentations culturelles de même que dans son appréhension des normes, de la déviance et de la pornographie.

De fait, face à ces éléments censés nourrir et exercer une influence sur le comportement sexuel ainsi que sur les valeurs morales et qui, par-là, encourageraient le développement d'attitudes sexuelles violentes, alors que le Japon présente plutôt une population marquée par un taux exceptionnellement bas de violences sexuelles, il nous a semblé pertinent de nous orienter vers cette nouvelle contradiction apparente.

CHAPITRE II

ÉVOLUTION ET ORIENTATION DE L'ÉTUDE

Les différentes sources, contextes et éléments observés et présentés dans le chapitre précédent ne suffisent pas à eux seuls pour développer une compréhension de la différence du taux de violence sexuelle, exceptionnellement bas du Japon par rapport au Canada et au reste du monde. Comme nous l'avons vu, certaines observations viennent même contredire différentes théories existantes sur le lien entre la consommation à caractère sexuel et la violence sexuelle. Cependant, le deuxième constat dévoilé grâce aux données émergentes au cours de l'étude nous semble suffisamment exceptionnel pour mériter une attention particulière.

Selon Giard (2008, 2016b, 2017), le Japon est un terrain offrant de quoi nourrir toutes les formes de « déviances » et « perversions », sans limites apparentes. Il s'agit là d'une perception d'un contexte culturel qui, en contraste avec de nombreux pays incluant le Canada, présente une facette plutôt inusitée due à une présence et une disponibilité prépondérante d'évènements, de services, de matériels divers à caractère sexuel, qui semblent mettre à l'épreuve les préjugés et les valeurs occidentales et, en conséquence, le regard de l'Occident dans son appréhension du phénomène. C'est une des raisons pour lesquelles nous avons choisi de prospecter plus avant dans cette direction et d'orienter notre recherche en ce sens.

2.1 LE JAPON, UN TERRAIN DE CONTRADICTION

Ce constat nous amène vers une nouvelle situation unique au Japon qui vient à nouveau, et, a priori, contredire de nombreux discours et hypothèses concernant la consommation de matériel sexuel et son ascendant sur les violences sexuelles. Par exemple,

les arguments avancés par le CEDAW en ce qui concerne l'ascendant de sa présence et de sa consommation à un assujettissement à la violence et à sa banalisation (CEDAW 2009, 2016). Tout comme cela semble contredire la position de la Fédération des femmes du Québec (Busque, Coderre, Bronson et Willems, 1988) qui affirme que la consommation pornographique engendrerait différentes problématiques comme, entre autres, l'exploitation, la victimisation, une ressource d'éducation sexuelle inadaptée, un encouragement aux déviances, des comportements sexuels inadaptés et une propension à la violence allant jusqu'aux agressions sexuelles.

Actuellement, aucune corrélation n'a pu être démontrée par la communauté scientifique concernant les affirmations sur le lien entre la consommation de matériel à caractère sexuel et la violence sexuelle.

En ce qui concerne les principales hypothèses sur l'influence de la consommation et de l'exposition à la pornographie sur les agressions et délits sexuels (Gordon & White, 1994; Greenfield, 2004; Linz & Donnerstein, 2012; MacKinnon, 1987; Malamuth & Donnerstein, 1984; Manganas, 1986; Poulin, 2011, 2017; Russell, 1988; Wright, Malamuth & Donnerstein, 2012; Zillmann & Bryant, 1984, 2012; Zillmann & Weave, 1989), certaines études viennent les contredire — notamment celles de Kutchinsky (1985, 1991) et de Diamond et Uchiyama (1999), qui ont montré une baisse statistiquement significative des violences sexuelles concomitante à la progression et à l'augmentation de la pornographie.

2.2 UN NOUVEAU PHÉNOMÈNE UNIQUE

Ainsi, contrairement à ces hypothèses, aux points de vue mis en avant par les médias et les représentants féministes, le Japon, présenté comme pays masculiniste, pornographe, déviant et pervers, demeure l'un des pays les plus sécuritaires au monde, particulièrement

en matière de criminalité et de violence sexuelle. Cela rend la situation du Japon de nouveau exceptionnelle. En effet, si nous prenons en compte ces premières observations, les hypothèses avancées, les perceptions médiatiques occidentales et les arguments exprimés pour la protection des droits des femmes, il nous semble pertinent d'orienter notre exploration vers l'étude de ce phénomène, désormais doublement unique, du Japon.

2.3 ORIENTATION DU PHÉNOMÈNE À L'ÉTUDE

Aux vues de l'évolution de notre recherche et des nouvelles données qui en ont émergé, notre objet de recherche à ce stade de son évolution, s'est donc orienté vers cette nouvelle piste avec pour objectif une étude et une exploration de l'ensemble des ressources satisfatoires pour hommes par rapport à ce double phénomène. Il ne s'agit donc plus d'une recherche comparative de la violence sexuelle, mais d'une exploration contextuelle de la situation au Japon. Plus précisément, notre objet de recherche est axé sur la communication publique à caractère sexuel qui s'adresse spécifiquement aux hommes au Japon, toujours en rapport avec le double phénomène unique qui caractérise le pays, à savoir un taux de violence sexuelle exceptionnellement bas, conjugué à une consommation, une production et une accessibilité publiques de ressources satisfatoires parmi les plus élevées au monde.

Cette étude du phénomène a progressivement évolué, partant des meurtriers sexuels — ce que nous avons qualifié de « pointe de l'iceberg » — vers la base de la partie émergée de cet iceberg, c'est-à-dire le contexte public des ressources satisfatoires offertes aux hommes en général. La partie émergée représente ainsi la sphère publique, c'est-à-dire ce qui est connu de la population, encadré et contrôlé légalement. En revanche, la partie immergée correspond à un espace clandestin, caractérisé par ce qui est caché, « hors norme » dans son contexte sociétal, et souvent illégal et non régulé (par exemple, le *Dark*

Web⁸), échappant pour l'essentiel à la connaissance de la population générale. Cette étude ne s'intéresse pas à cette partie immergée du phénomène.

2.3.1 Pertinence de l'orientation d'étude

Alors que de nombreuses études se sont intéressées aux agresseurs sexuels et aux violences par rapport à leur consommation de contenu à caractère pornographique et/ou déviant et/ou pervers (selon les critères occidentaux), à notre connaissance, aucune recherche ne s'est intéressée à la communication publique à caractère sexuel adressée aux hommes japonais au regard de l'apparente contradiction apportée par le milieu à l'étude c'est-à-dire un très faible taux de violence sexuelle dans un pays qui présente une consommation, une production et une disponibilité publique de ressources à caractère sexuel pour homme des plus importantes au monde.

En gardant un regard le plus ouvert possible, nous avons voulu mettre entre parenthèses nos préjugés et nos préconceptions pour mieux comprendre le phénomène dans l'aspect communication publique. Nous n'avons soumis aucune hypothèse de départ ni ciblé de milieux en particulier si ce n'est le fait que nous nous sommes intéressée à ce qui s'adressait particulièrement à la clientèle japonaise masculine, le but étant de construire de nouvelles compréhensions qui viendront éclairer la communauté scientifique et nourrir la réflexion collective transdisciplinaire.

Nous souhaitons, par notre posture épistémologique, notre méthodologie, notre ouverture aux autres disciplines et notre immersion sur le terrain, apporter un regard neuf sur le phénomène en nous assurant de nous abstenir autant que possible, de tout préjugé

⁸ Le Darkweb fait référence au contenu en ligne crypté et anonyme qui n'est pas indexé par les moteurs de recherche traditionnels, donc non-accessibles par les navigateurs classiques (Bloomenthal, 2020; Finklea, 2017).

socioculturel occidental.

2.3.2 Conceptualisation du phénomène à l'étude

Comme nous l'avons observé et présenté, la profusion, la diffusion et la disponibilité matérielle de ressources satisfatoires offertes aux hommes japonais présentent de nombreuses caractéristiques particulières qui semblent interpeller le monde occidental dans ses représentations culturelles, et son appréhension des normes, de la déviance et de la pornographie. De fait, la présentation des concepts et la définition que nous leur attribuons permettent de situer le phénomène à l'étude et notre positionnement. Il ne s'agit pas d'une thèse s'intéressant à un concept unique, mais à plusieurs concepts complexes interreliés, associés à un phénomène unique. C'est pourquoi il semble essentiel de présenter ces concepts afin de mieux les apprécier dans le cadre de cette étude.

2.3.2.1 La sexualité

Les premiers constats dans notre démarche de recherche nous ont emmenée dans le contexte de la « sexualité » humaine globalement. Au-delà de l'activité génitale à laquelle elle est associée communément, la sexualité est liée au plaisir, à la séduction, aux fantasmes et fantaisies, etc. Ainsi, telle que la présente l'Organisation mondiale de la Santé (OMS, 2015), la sexualité se définit comme un aspect central de la personne humaine tout au long de sa vie incluant :

le sexe biologique, l'identité et le rôle sexuels, l'orientation sexuelle, l'érotisme, le plaisir, l'intimité et la reproduction. La sexualité est vécue et exprimée sous forme de pensées, de fantasmes, de désirs, de croyances, d'attitudes, de pratiques, de rôles et de relations. Alors que la sexualité peut inclure toutes ces dimensions, ces dernières ne sont pas toujours vécues ou exprimées. La sexualité est influencée par des facteurs biologiques, psychologiques, sociaux, économiques, politiques, culturels, juridiques, historiques, religieux et spirituels. (p. 4)

2.3.2.2 Les Japonais

En nous intéressant au contexte japonais, nous nous intéressons à ce qui s'offre aux hommes japonais dans la communication publique à caractère sexuel sous différentes dimensions, notamment la dimension culturelle, mais aussi les dimensions sociales et juridiques (Roynette, 2002).

Nous serons attentive aux systèmes de représentation qui structurent le langage dans cet univers communicationnel orienté vers les hommes (Roynette, 2002), particulièrement en ce qui concerne l'expression de la sexualité dans son ensemble, telle que la conceptualise Truong (1990), c'est-à-dire dans son aspect associé

au besoin biologique (plaisir et procréation), à son expression sociale (relations sexuelles dans leurs formes et à travers les règles qui les régissent) et à la subjectivité dont elle est investie (en référence à la conscience individuelle et collective des individus comme sujets sexuels et le désir sexuel) (Truong, 1990, p. 36).

Un intérêt particulier sera porté à toutes formes de communication, concrètes (matérielles ou autres) offertes aux Japonais. Plus spécifiquement, nous porterons un intérêt à toute forme de ressources satisfatoires pour homme, y compris celles qui sont perçues comme déviantes ou hors normes (par le milieu lui-même ou l'Occident).

2.3.2.3 La pornographie

Comme nous l'explique Lapouge dans l'Encyclopædia Universalis (s. d.), tenter de définir la pornographie relève quasiment d'un parcours impossible. En effet, selon cet auteur, les frontières de la pornographie sont variables et oscillent entre pornographie et érotisme en fonction des cultures, des représentations sociales et de chaque individu. Cependant, quelle que soit la forme sous laquelle elle se présente, la diffusion de matériel sexuel sous toutes ses formes est en constante évolution et s'adapte aux demandes de

consommation, qu'il soit disponible publiquement ou auprès de ressources plus détournées, cachées ou encore illégales comme certains faux commerces de services (bar de danseuses, salon de massage, etc.), ou le Darkweb.

La pornographie s'associe à l'industrie du sexe qui a connu une accélération phénoménale avec la diffusion de l'Internet dans les foyers (N'Goala, Georges et Chakroun, 2008). Outre la profusion de sites proposant des vidéos, des jeux pornographiques et des rencontres sexuelles virtuelles, cet espace communicationnel public a également ouvert la porte à la diffusion publicitaire et à la vente de nombreux matériels à caractère pornographique, que ce soit par proposition directe (sites officiels) ou par la génération de pop-up⁹. Il est également facilement possible de trouver de l'information pour tous types de ressources satisfatoires et d'événements « inusités » par le biais de médias d'actualités, de blogues et de forums.

Quel que soit son espace, la pornographie a de tout temps fait l'objet de débat par rapport à sa production, sa diffusion et sa consommation. Une des premières complexités est le manque d'entente sur une définition commune. Perçue par les uns comme objet d'érotisme, de fantasme et de fantaisie sexuelle, elle est, pour d'autres, la source de l'exploitation sexuelle, de l'obscénité, de la violence sexuelle ainsi que la vitrine de déviances et de perversions inacceptables. De plus, l'appréhension de la pornographie évolue également dans le temps et à travers le regard des sociétés auxquelles nous appartenons. Que ce soit à travers des œuvres d'art (tableaux, gravures, sculpture, etc.), la littérature en tout genre, les productions médiatiques (films, dessins animés, jeux,

⁹ « Fenêtre très souvent publicitaire qui surgit sur votre écran à l'ouverture d'une page web ». (Pilard, 2022)

publicités, etc.), ou encore les objets de stimulation sexuelle, ce qui hier était perçu comme érotique est parfois devenu pornographique et vice versa.

Le terme pornographique peut ainsi sous-entendre une notion « d'inacceptable », « de hors norme » tout comme « d'artistique », etc. De fait, l'identification du caractère pornographique d'un contenant comme d'un contenu est complexe. C'est pourquoi, après lecture des arguments avancés dans les divers discours, la littérature scientifique et l'apprehension du sens commun, nous nous sommes largement inspirés de la définition de Diamond et Uchiyama (1999) afin de circonscrire ce concept dans notre thèse.

Nous proposons ainsi d'attribuer le « caractère pornographique » à tout contexte présentant une caractéristique sexuelle, quelle que soit sa forme, pouvant éveiller un intérêt sexuel, un plaisir érotique ou une activité onanique. Il peut être diffusé sur n'importe quel support et peut être légal ou illégal.

Quand nous parlons « d'activité onanique », nous nous référons à ce qui est relatif à l'onanisme, c'est-à-dire un « ensemble des pratiques, notamment des pratiques auto-érotiques, utilisées pour parvenir à l'orgasme en dehors du coït normal » (Centre National de Ressources Textuelles et Lexicales (CNRTL)).

2.3.2.4 Normes et Déviance

Selon Mertens de Wilmars et Niveau (1962), il y a plusieurs formes de normes :

- a) la norme statistique : est normal ce que la majorité des individus font,
- b) la norme morale : est normal ce que la majorité des individus estiment qu'il convient de faire,
- c) la norme formelle : celle préconisée par les groupes normatifs,
- d) la norme non formelle : celle réellement en usage.

Loyola et Paicheler-Harrous (2003) ajoutent que « si la norme est prise au sens statistique, en fonction de ce qui définit la majorité, le processus de normalisation rapproche de la moyenne, et le processus inverse est la déviance » (Loyola et Paicheler-Harrous, 2003, p. 17). Brym (2004) l'explique par le fait que :

De la même façon que l'identité de l'individu se construit, l'appartenance de l'individu à la normalité ou la déviance est aussi construite par l'environnement et par l'individu qui l'intériorise. Être normal signifie être conforme aux normes de la société dans laquelle l'individu vit, et signifie conséquemment que l'individu ne manifeste pas de comportements déviants. La déviance est socialement construite, définie par des croisades morales. (Brym, 2004, p. 496).

Au cours de l'histoire de l'humanité, les sociétés humaines ont ainsi défini le comportement sexuel au travers des normes « conventionnelles » considérant ainsi tout débordement comme déviant. Le concept de déviance a ainsi évolué au fil du temps sous l'influence des changements sociaux (Gordon, 2008; Thibaut, 2013). Si nous retracions très rapidement son évolution historique dans le monde occidental, on peut voir que les comportements classifiés de déviants et leur mode de « répression » ont été successivement présentés comme a) « crime à l'égard de Dieu » jugé par ses représentants, b) crime au regard de Dieu jugé par les lois et ses représentants, c) crime de société jugé par son système de droits et selon ses normes.

Nous souhaitions dans un premier temps utiliser le terme de « paraphilie » pour conceptualiser notre objet de recherche. En effet, étymologiquement parlant, le terme paraphilie est issu du grec « para : à côté de. » et « –philia: amour ». Cependant, sa récupération par les manuels de classification lui a apporté son lot de concepts et de définitions. Ces dernières sont l'objet de nombreuses controverses au sein la communauté scientifique (Gianni, 2019) et certaines sont depuis quelques années remises en question

par des études comme celles menées par Joyal (2014, 2018) pour qui « il semble inadéquat de tenter de définir une sexualité normale appliquée à tout le monde » (Joyal, 2022).

2.3.2.5 Concept de satisfatoire

Pour conceptualiser notre objet de recherche, nous avons choisi d'adopter un nouveau qualificatif. Comme mentionné dans la partie préambule section i, ce choix vise à encourager une approche et une interprétation plus ouvertes, tout en évitant les connotations médicales, psychologiques ou psychiatriques. Nous nous inscrivons ainsi dans le sens commun en proposant le néologisme « satisfatoire », dont la définition est sans ambiguïté puisqu'il n'y a que celle que nous lui donnons.

L'élément suffixal « atoire » signifie : propre à, qui se rapporte à, qui contribue à (un processus, un comportement, un phénomène, etc.) (Usito le dictionnaire, s.d.). Nous proposons l'adjectivation du verbe satisfaire dans tous ses états, c'est-à-dire : « Répondre aux besoins, aux désirs de quelqu'un / apaiser (un désir), combler (un besoin naturel) / répondre à (une exigence, une attente); remplir les conditions requises » (Usito le dictionnaire, s.d.).

Ainsi, quand nous parlons de ressources satisfatoires au Japon, nous définissons celles-ci comme suit : toute ressource qui a pour objet de procurer de la satisfaction personnelle, physique et/ou psychologique par l'accomplissement d'un désir, l'assouvissement d'un besoin et/ou la prouration de plaisir.

Le sens porté par « satisfatoire » va ainsi au-delà de ce qui est signifié par l'adjectif « satisfaisant ».

CHAPITRE III

MÉTHODOLOGIE

Notre intention essentielle dans l'évolution de notre étude a été de maintenir notre posture d'écoute et d'observation du phénomène sur les fondements de l'approche inductive de la méthodologie de la théorisation enracinée (MTE) (Corbin & Strauss, 2014; Luckerhoff et Guillemette, 2012), issue de la *Grounded Theory* fondée par Glaser et Strauss en 1967. Cette approche inductive et son ensemble de procédures méthodologiques offrent une grande flexibilité permettant une ouverture à une meilleure compréhension des phénomènes humains et à l'émergence de nouvelles théories (Strauss & Corbin, 1998)

3.1 FONDEMENTS DE LA MTE

Choisir la MTE, c'est choisir d'avancer en se laissant guider, de manière méthodique, par ce qui émerge des données empiriques. Comme nous avons pu le voir jusqu'à maintenant, ce choix de cheminement a donc un impact sur toute la structure habituelle de la recherche. Comme l'expliquent Guillemette et Luckerhoff (2009), c'est toute la séquence habituelle (établissement de la problématique, construction du devis méthodologique, élaboration d'un cadre théorique, collecte des données, codage, catégorisation, rédaction de mémos, rédaction d'énoncés, rédaction des premières versions du rapport, etc.), qui est remplacée par une approche circulaire dans laquelle les chercheurs en MTE font de fréquents retours à des étapes qui sont habituellement au début de la démarche (Guillemette et Luckerhoff, 2009, p. 15).

On parle donc d'effectuer une recherche de type circulaire qui permet une validation et un ajustement continu des analyses et qui, ainsi, guide la construction de l'objet de recherche et les concepts qui lui seront associés.

3.2 DÉMARCHE GÉNÉRALE

Comme nous l'avons introduit, cette approche favorise l'émergence de nouvelles théories et permet de présenter des résultats originaux et scientifiquement fondés. Pour cheminer vers l'émergence et la construction de théories novatrices, elle propose un processus méthodologique empirique qui s'articule autour des principes fondateurs de la Grounded Theory de Glaser et Strauss (1967). L'importance de prendre en compte ses principes de base est soulignée par les auteurs (Corbin & Strauss, 1990; Glaser & Strauss, 1967; Luckerhoff et Guillemette, 2012; Strauss & Corbin, 2004). De plus, son ouverture autorise et favorise un cheminement transdisciplinaire. Celui-ci se retrouve autant dans la posture épistémologique générale que nous maintenons depuis le début de la recherche que dans les processus associés à la méthodologie adoptée.

En MTE, nous procédons à un recours particulier aux connaissances existantes, c'est-à-dire qu'aucune recension des écrits n'a été effectuée en début d'étude, mais par la suite (pendant la recherche), la tendance s'inverse. Nous avons donc plutôt eu recours à une très large recension des écrits lors de l'analyse des données émergentes. Dans une perspective d'exploration et d'inspection, nous avons réalisé une évaluation critique des résultats en analysant leurs liens et leurs divergences avec d'autres résultats scientifiques.

De plus, dans cette perspective fondamentalement inductive, la méthodologie de la théorisation enracinée propose de rester le plus ouvert possible à ce que peuvent nous dire des données qui émergent du terrain. Il est alors question de construire un cadre théorique à partir de ces données (Corbin & Strauss, 1990). Pour situer cette ouverture, la MTE utilise l'expression de « sensibilité théorique » (Guillemette et Luckerhoff, 2009). Cette sensibilité théorique se nourrit des concepts riches et nombreux portés par le chercheur. Ce

sont des sources alimentées de nos connaissances que plusieurs auteurs ont baptisé les *sensitizing concepts*. Ceux-ci se présentent comme des concepts qui vont guider consciemment ou non, notre regard, nos intuitions et le processus d'analyse. Les concepts sensibilisateurs sont des outils pour nous mettre à l'écoute, à l'observation, ainsi qu'à l'analyse des données émergentes. En début de recherche, nos concepts sensibilisateurs ont été en quelque sorte les lunettes à partir desquelles nous avons orienté le point de départ de notre projet sans toutefois nous y limiter.

En faisant preuve de flexibilité théorique dès le début de nos recherches, nous avons pu éviter – autant que possible – les biais qui pourraient découler d'une méthode trop rigide, le but étant de favoriser une meilleure compréhension du phénomène étudié, car il s'agit d'ajuster notre cadre théorique pour s'adapter aux réalités observées.

3.2.1 Source de données

Notre recherche doctorale était ouverte à l'observation et à l'accueil de toute source qui pouvait venir nous éclairer et nous pousser vers une analyse plus approfondie et une compréhension la plus fidèle possible du phénomène à l'étude. Comme nous l'avons vu, c'est une des richesses proposées par la *Grounded Theory* et particulièrement le précepte du *all is data*.

Porté et rappelé régulièrement par Glaser dans ses nombreux écrits, ce précepte du *all is data* (Glaser, 1992) consiste en effet à reconnaître tout ce qui nous entoure comme source de donnée potentielle (Guillemette, 2006b; Luckerhoff et Guillemette, 2012). Ainsi, dans notre recherche, outre les données de terrain, ont été considérés les écrits scientifiques ou autres, les conférences, les réunions informelles, les données quantitatives, les rencontres informelles, les évènements publics, les lieux physiques, les artefacts, le

matériel audiovisuel, les notes d'observation, les mémos, les résultats d'autres recherches, les données de journaux, revues, télévision, Internet, médias sociaux, réseaux sociaux, blogues, etc.

3.2.2 Circularité entre la collecte et l'analyse des données.

Cette posture épistémologique permet, entre autres, le recours à une grande diversité théorique. Cette pluralité vient enrichir le regard et les analyses tout au long du processus de recherche. Comme le souligne Darbellay (2012), le nomadisme des concepts est une pratique courante et un véritable outil heuristique en transdisciplinarité favorisée par la circulation entre savoirs de différentes disciplines, savoirs expérientiels et savoirs globaux qui prennent une distance par rapport au phénomène, mais aussi par rapport aux regards partiels limités par les disciplines. Ce principe de transdisciplinarité, comme l'explique Dupuy, « permet de déborder les champs disciplinaires afin d'envisager l'objet d'étude dans sa complexité et surtout dans son caractère absolu (tel un système) » (Dupuy, 2021, p.2).

En somme, notre posture consiste à aborder la recherche en termes d'innovation par une approche qui consiste essentiellement à théoriser à partir des données de terrain en se donnant la plus grande liberté possible pour la découverte de nouvelles compréhensions des phénomènes (Glaser, 1998, dans Guillemette, 2006a, p. 35). Ce processus est enrichi, entre autres, par la contribution de perceptions variées et de savoirs disciplinaires multiples.

De plus, l'évolution de notre problématisation a influé sur notre sensibilité théorique pour en arriver, dans une dynamique provisoire, parce qu'ouverte à un repositionnement constant, à des concepts sensibilisateurs plus adaptés au double phénomène japonais identifié plus haut. Comme le présentait Weick (1989, p. 527), il existe

des débats animés sur la question de savoir à quel point les concepts scientifiques correspondent aux réalités qu'ils tentent de décrire. Certains chercheurs, comme Gergen (1986) et Needham (1983), ont discuté de ce sujet. Pour ceux qui pensent qu'il devrait y avoir une correspondance étroite entre les concepts et la réalité (ou qui travaillent avec des problèmes très concrets et détaillés), l'enjeu principal est de savoir quels concepts sont les plus utiles pour mieux comprendre le monde. Le véritable défi est de déterminer jusqu'à quel point une méthode imparfaite peut encore aider à améliorer notre capacité à penser de manière théorique. En d'autres termes, toujours selon Weick (1989), pour élaborer de meilleures théories, les chercheurs doivent affiner leur manière de réfléchir et de « mieux penser ».

3.2.3 Ouverture transdisciplinaire

Comme Guillemette et Luckerhoff (2009) l'expliquent, dans une perspective qui transcende les approches disciplinaires, ce sont des savoirs de multiples origines, expérientiels, théoriques et culturels, qui sont mis à contribution au cours de ce processus de collecte des données et de leurs analyses. Plus spécifiquement, en ce qui nous concerne, nos savoirs expérientiels, tout comme nos connaissances théoriques et culturelles, se situent dans des parcours que nous qualifierons également de « nomades », c'est-à-dire que nous avons appris et pratiqué dans différentes disciplines (sciences humaines et sociales, sciences cliniques, santé publique, multimédia, psychologie, communication sociale), tout en évoluant dans différents milieux culturels et multiculturels en France, au Canada et au Japon.

De façon non exhaustive, notre recherche doctorale a mobilisé des domaines tels que la communication, les sciences humaines, la sociologie, les médias de masse,

l'éducation, la santé publique, la criminologie, la politique publique, la justice pénale, la culture, et l'économie, et ce, à échelles internationales et nationales. Nous avons largement eu recours à cette pluralité en ce qui concerne la collecte, l'analyse des données émergentes et les résultats. Cette richesse multiple favorise la construction de théories novatrices appuyées par un haut degré de scientificité (Méliani, 2013).

L'utilisation de nombreux types de ressources présente plusieurs intérêts comme, entre autres, l'apport de perceptions variées, multidisciplinaires, possiblement différentes, voire contradictoires, qui vont susciter la réflexion, la comparaison et exiger un contrôle plus serré de l'interprétation (Strauss & Corbin, 2004).

3.2.4 Échantillonnage et saturation théorique

Dans le cadre de ce type de recherche, les procédures d'échantillonnage sont intimement liées à la MTE et aux méthodes d'analyse des données recueillies, ce qui implique de procéder avec un échantillonnage théorique. Le principe fondamental de l'échantillonnage théorique consiste à sélectionner les échantillons en fonction de leur pertinence par rapport à l'objet d'étude et à leur capacité à fournir des informations sur le phénomène étudié (Charmaz, 1983; Glaser & Strauss, 1967; Guillemette, 2006a). Comme présenté par Strauss et Corbin (2004), l'échantillon théorique est cumulatif, il se précise au fur et à mesure pendant la collecte des données et lors d'analyse, et ce, à l'aide des niveaux de codage. Tel que le conçoit l'Énoncé de politique des trois conseils (EPTC2) (2022), il s'agit là d'un processus de recherche dynamique, réfléchi et continu : « la flexibilité, la réflexivité et l'adaptation exigées contribuent à la rigueur de la collecte et de l'analyse des données » (Conseil de recherches en sciences humaines du Canada, Conseil de recherches en sciences naturelles et en génie du Canada, Instituts de recherche en santé du Canada,

p.210). La saturation théorique peut être considérée lorsqu'aucune des nouvelles données recueillies ne vient modifier substantiellement la compréhension du phénomène.

3.2.5 Procédures analytiques

Afin de maintenir une cohérence et une rigueur de qualité, les procédures méthodologiques utilisées se sont référées à Corbin et Strauss (1990) et Strauss et Corbin (1998, 2004), ainsi qu'aux fondements, procédures et usages de la théorisation enracinée présentés par Guillemette et Luckerhoff (2009) et Luckerhoff et Guillemette (2012). La collecte et l'analyse des données en méthodologie de théorisation enracinée (MTE) se font de manière itérative, en procédant à l'analyse au fur et à mesure de la collecte et celle-ci se poursuit au fur et à mesure en fonction des résultats de l'analyse. Cette boucle continue favorise une exploration minutieuse permettant une compréhension progressive et nuancée du phénomène étudié. Il s'agit d'un travail d'interprétation et d'analyse permanente des données collectées selon un processus itératif qui permet de vérifier l'adéquation des analyses avec les observations et ainsi leur donner du sens au fur et à mesure du processus circulaire (Guillemette, 2006b). Ce travail d'exploration à partir des données émergentes se présente comme le principe de *l'emergent-fit*. Cette opération constante de confrontation entre les concepts émergents et les données empiriques permet leur validation et un ajustement (*fit*) continu (Guillemette et Luckerhoff, 2009; Luckerhoff et Guillemette, 2012). La théorisation se construit donc à partir de ces données empiriques (Strauss & Corbin, 1998).

Comme l'explique Horincq Detournay (2021) *l'emergent-fit* est un processus caractérisé par sa transversalité. Au-delà de l'analyse des données, il s'inscrit dans le principe d'une recherche où la problématique provisoire évolue (Horincq Detournay, 2021),

« la problématique fait alors également partie de l'analyse théorisante fondée sur les données et répond donc également au critère de l'emergent-fit ». Horincq Detournay précise qu'« il n'est pas rare, et c'est même souvent un signe de découverte, que la problématique finalement théorisée soit différente de celle posée au départ, en raison de l'analyse itérative menée » (p.44).

En fonction du développement de la théorie en émergence, cette procédure de traitement de données et leur analyse rigoureuse a permis de nous orienter au fur et à mesure vers les sources les plus à même de nourrir notre compréhension (Fortin, 2010; Glaser & Strauss, 1967; Strauss & Corbin, 2004) et à rester ouverte à la possibilité de l'évolution de l'objet de recherche. Comme le précise Méliani (2013), plutôt que de chercher à répondre à une série de critères prédéfinis, l'analyse par théorisation enracinée nous astreint en tant que chercheur tout au long de sa formalisation à une réflexion critique et à une démarche de transparence.

Parallèlement à la collecte et à l'analyse de données, nous avons rédigé des mémos de nos observations et tenu un journal de bord, qui ont également été traités comme des données. Toutes nos notes et documentations ont été consignées et analysées au fur et à mesure de leur récolte, dans le logiciel NVivo et l'application logicielle Obsidian¹⁰.

3.2.6 Le codage

Le tableau 1 qui suit présente le processus de codage de ces différentes données. Ce processus comporte trois étapes sans chronologie spécifique : le codage ouvert, le codage axial et le codage sélectif, au cours desquels s'effectue l'analyse comparative continue (Corbin & Strauss, 1990; Strauss & Corbin, 2004).

¹⁰ Application gratuite de gestion des connaissances personnelles

Tableau 1*Processus de codage*

CODAGE OUVERT Échantillonnage ouvert / analyse	CODAGE AXIAL Échantillonnage relationnel/ analyse	CODAGE SÉLECTIF Échantillonnage discriminant/ analyse
Objectif Découverte des catégories d'analyse (Strauss & Corbin, 1990)	Objectif Identification et mise à jour des différentes catégories et des sous-catégories émergentes (Luckerhoff et Guillemette, 2012). L'objectif est d'identifier comment celles-ci sont liées entre elles et quelles en sont les variations significatives dans les différents éléments liés au phénomène (Corbin & Strauss, 1990, Strauss & Corbin)	Objectif Compléter et finaliser l'intégration des analyses. « Il s'agit d'intégrer les catégories sur le plan de la dimension pour former une théorie, pour valider les affirmations de relation entre les concepts et pour affiner les catégories » (Strauss & Corbin, 2004, pp. 251-252)
Type d'échantillon Ouvert, propose l'ouverture du processus de récolte à toute personne, lieu et situation susceptible de permettre la plus grande découverte possible (Strauss & Corbin, 2004)	Type d'échantillon Relationnel et de variance, chercher des éléments qui démontrent l'étendue dimensionnelle ou la variation de concepts et les relations entre les concepts (Strauss & Corbin, 2004)	Type d'échantillon Discriminant, choix d'un échantillon (ressources) dans la perspective de maximiser les possibilités de l'analyse comparative (Corbin & Strauss, 1990; Strauss & Corbin, 2004)
Analyse Analyser les premières récoltes en profondeur (ligne par ligne voire mot par mot) pour en dégager les catégories pertinentes au phénomène à l'étude	Analyse Analyser comment celles-ci sont liées entre elles et quelles en sont les variations significatives dans les différents éléments liés au phénomène (Corbin & Strauss, 1990; Strauss & Corbin, 2004)	Analyse Effectuer les analyses comparatives. L'échantillon sera réfléchi, intentionnel et sélectif avec l'ouverture à un retour vers des ressources et des échantillons antérieurs

3.2.7 Stratégies pour assurer la rigueur du processus

Autre bénéfice et avantage de la MTE, mais qui peut toutefois devenir un inconvénient si l'on manque de minutie et de rigueur, ce sont sa flexibilité et sa liberté d'opération vers la théorisation (Glaser & Strauss, 1967). En effet, la MTE ne propose pas une utilisation rigide de procédures :

L'important est le respect des principes de base que sont l'attention à l'émergence, la sensibilité théorique, l'interaction entre l'analyse et la collecte des données, l'échantillonnage théorique, la théorisation à partir des données empiriques, l'effort de suspension de la référence à des théories existantes et la simultanéité des différentes démarches (collecte des données, codage, rédaction de mémos, etc.). (Guillemette et Luckerhoff, 2009, p. 17).

La préoccupation pour la pertinence des analyses, sans imposition de préconceptions ou de préjugements, a été actualisée dans toutes les phases du processus de recherche et particulièrement en ce qui nous concernait en qualité de chercheur, c'est-à-dire qu'il est important de rester conscient autant que possible de notre subjectivité et de nos idées préconçues afin d'en minimiser l'impact (Glaser & Strauss, 1967; Luckerhoff et Guillemette, 2012; Strauss & Corbin, 1990). Comme le présente le tableau suivant, plusieurs stratégies ont été mises à contribution pour favoriser la rigueur dans ce type de processus de recherche.

En somme, la rigueur de la démarche de notre étude doctorale a été facilitée par l'appropriation et l'application de la MTE, le recours aux écrits scientifiques, le pluralisme théorique, l'ouverture transdisciplinaire, les lectures, le retour aux données et à l'échantillonnage, la documentation de la démarche dans un journal de bord et l'usage de mémos, ainsi que la concertation avec les directeurs de la recherche et les experts du milieu de recherche.

Tableau 2

Stratégies mises à contribution pour favoriser la rigueur dans ce type de processus de recherche

Stratégies pour favoriser la rigueur du processus	<i>Pourquoi</i>
⇒ Appliquer la méthode de codage de façon rigoureuse	<i>Pour permettre de libérer le chercheur de ses préconceptions et de favoriser ses explorations</i>
⇒ Tenir un journal de bord	<i>Pour minimiser l'impact des savoirs préexistants de notre cheminement intellectuel et ainsi assurer une traçabilité de nos pensées et perceptions. Afin de demeurer conscient de notre subjectivité tout au long du recueil et de l'analyse.</i>
⇒ Rédiger des mémos	<i>Pour faire état des observations, des hypothèses, des étapes de développement de la théorie, du processus de sélection des ressources afin de justifier la démarche analytique</i>
⇒ S'assurer de la possibilité d'un retour sur « le terrain »	<i>Pour confronter ou préciser les théories émergentes</i>
⇒ Recourir à diverses ressources et approches théoriques	<i>Pour permettre, entre autres, d'accentuer la comparaison et le contrôle d'interprétations des données et de faire preuve de créativité par l'exploration de voies alternatives</i>
⇒ Appliquer le principe de l'adéquation des analyses	<i>Pour permettre le maintien de la qualité des données avec une confrontation systématique entre les éléments émergents et les données divergentes</i>

3.3 TERRAIN À L'ÉTUDE

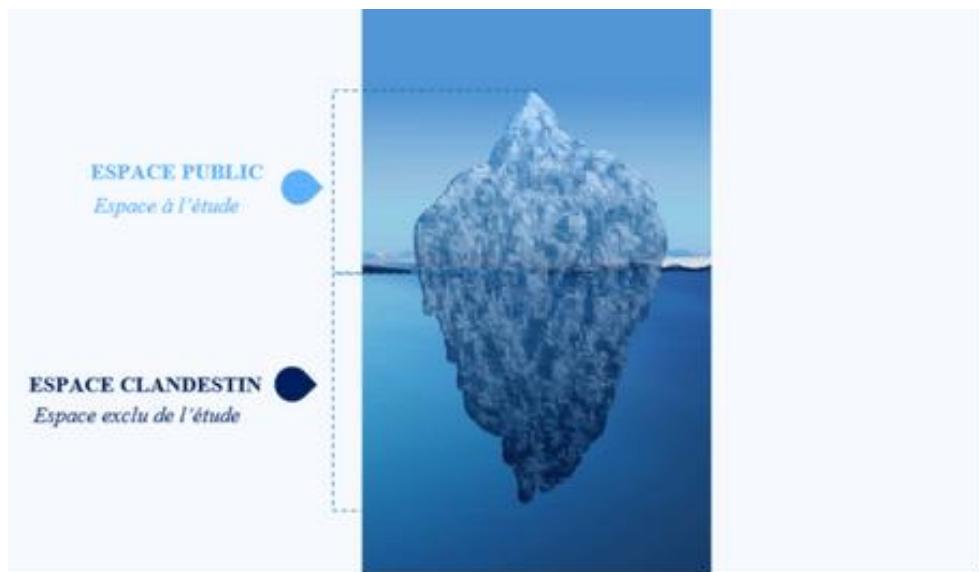
Nous avons porté un intérêt particulier au contexte socioculturel, aux manifestations publiques du phénomène à l'étude, aux médias, aux normes sociales; en somme, aux divers aspects de la culture japonaise en lien avec notre objet d'étude : les ressources satisfatoires offertes aux hommes. Nous nous sommes intéressée à toutes formes de ressources à caractère satisfatoire pour homme perçues, particulièrement par l'occident, comme atypiques, hors normes ou encore déviantes. L'exploration ciblait les espaces de communication, dans l'espace public (mass médias) et les espaces publics. Ces concepts sont présentés plus avant à la section 3.3.5. Nous avons limité et ciblé uniquement ce qui est offert, disponible et accessible au public au sens large. De fait, le *Darkweb* et autres sous réseaux physiques ou virtuels ainsi que tout ce qui relève d'une organisation privée ou de l'espace clandestin¹¹ ont été exclus.

L'observation et l'étude de ces contextes ont été faites en complémentarité avec des ressources significatives et des témoignages indirects récoltés dans les mass médias et dans les lieux publics au gré des évènements, en lien avec la communication publique à caractère sexuel. En d'autres mots, notre étude se situe dans l'espace public, donc, ce que nous situons dans la base émergée de l'iceberg en opposition à la face immergée, l'espace clandestin, tel que présenté dans la figure 6 suivante.

¹¹ Nous appelons espace clandestin ce qui est caché, dissimulé, occulte, parallèle, secret et « se dérobe à la surveillance ou au contrôle de l'autorité » (Dictionnaire Larousse).

Figure 6

Représentation de l'espace à l'étude et de l'espace exclu de l'étude



3.3.1 Préparation du terrain à l'étude

Tel que le conçoivent le Conseil de recherches en sciences humaines du Canada, le Conseil de recherches en sciences naturelles et en génie du Canada et les Instituts de recherche en santé du Canada (2022), à ce stade de l'étude, nous avions déjà pris contact et engagé le dialogue avec des personnes et plusieurs milieux au Japon lors de notre première étude. En effet, au cours de deux séjours au Japon, nous avons effectué un portrait comparatif. Nous avions pris contact et engagé le dialogue avec des personnes de plusieurs milieux. Nous avons maintenu les échanges sur les réseaux sociaux (p. ex: application ou site web d'échanges entre apprenants de langues étrangères). Cela nous a permis de développer notre réseau social, tout en nous immergeant dans les modes de communication culturelle au Japon et en explorant divers aspects de la culture japonaise.

Nous avons également accepté de répondre aux interrogations des personnes qui s'intéressaient à notre sujet d'étude et à notre présence au Japon. Nous avons maintenu une

transparence totale quant à notre objet de recherche et notre démarche doctorale. Nous expliquions notre posture épistémologique, en particulier le principe du *all is data*, tel que présenté précédemment section 3.2.1, en précisant que tout ce que nous observions, lisions ou entendions pouvait potentiellement constituer des données enrichissant et éclairant notre objet de recherche.

C'est pourquoi nous avons pris soin de tenir des mémos dès le début, afin de conserver nos observations et de nous orienter dans notre démarche. Nous avons ensuite constaté que cette posture avait été essentielle, au-delà de l'instauration du rapport de confiance et d'authenticité que nous souhaitions établir dans le milieu d'accueil, nos collègues et personnes que nous côtoyons au fil du temps. En effet, d'un point de vue culturel, il est difficile de créer ce type de relation dans un laps de temps limité.

3.3.2 Accès au terrain à l'étude

Comme présenté précédemment dans la section « problématique », les deux premiers séjours au Japon, initialement prévus pour réaliser un portrait comparatif, ont permis de faire évoluer notre objet de recherche vers sa forme actuelle. Ces séjours ont ouvert la voie à de nombreuses opportunités exceptionnelles, notamment en facilitant le développement de relations privilégiées avec des responsables et des chercheurs du Corrections and Rehabilitation Center (CRC) de l'Université Ryukoku à Kyōto, qui nous a accueillis. Ces contacts nous ont invitée à revenir à tout moment, et c'est grâce à cette ouverture que nous avons pu envisager un retour et l'opportunité d'être *in situ* pour poursuivre notre recherche doctorale.

3.3.2.1 Modalités qui ont favorisé l'accès au terrain.

Pour diverses raisons et, entre autres, la fermeture de notre programme de doctorat initial, nous avons choisi de changer de cursus doctoral et d'université afin de demeurer en adéquation avec nos intérêts de recherches, de bénéficier d'un accompagnement plus adapté, et d'un programme qui offre une grande ouverture, notamment aux connaissances d'origines disciplinaires diversifiées. Nous avons ainsi été reçue au programme de doctorat en communication sociale de l'Université du Québec à Trois-Rivières (UQTR). Grâce à cela et au soutien de notre nouvelle direction, nous avons pu présenter et obtenir une bourse du Bureau des relations internationales (BRI) de l'UQTR pour effectuer un stage au Japon. De fait, cela nous a permis d'être éligible à un long séjour au Japon. Pour de nombreuses raisons, il est très compliqué d'obtenir un visa pour séjournier plus de trois mois au Japon. Après plusieurs semaines, et grâce à l'accompagnement du milieu d'accueil qui a fait la demande sur place pour nous accueillir, le gouvernement du Japon nous a délivré un certificat d'éligibilité (COE) qui nous a permis d'obtenir un visa d'un an.

3.3.3 Bénéfices de l'étude de terrain *in situ*

Nous avons ainsi été accueillie par le Professeur Ishizuka, président du Criminology Research Center (CrimRC), Ryukoku University à Kyōto, en qualité de chercheuse-invitée. La figure 7 ci-dessous illustre les atouts de ce centre de recherche, dont les qualités ont été extrêmement utiles dans notre étude doctorale. Ce centre innove en effet une nouvelle forme de criminologie, la « Ryukoku Criminology », en intégrant des connaissances transdisciplinaires et systématisées.

Figure 7*Ryukoku Criminology Research Center (CrimRC)*

Source: Ryukoku University (N/D), Ryukoku Criminology Research Center (CrimRC).
<https://crimrc.Ryukoku.ac.jp/en/outline/>

Au-delà de l'accompagnement et du soutien précieux offerts par le milieu, être sur place nous a permis d'avoir recours à l'observation, d'assister à des présentations données par différents experts, de dialoguer avec des chercheurs, mais aussi d'interagir socialement avec des Japonais et d'accéder à diverses ressources non scientifiques, telles que la télévision, les réseaux sociaux en ligne et d'autres médias. Ces ressources ont notamment permis d'éclairer certains aspects de la culture et des modes de communication.

Nous avons également été invitée à présenter et à participer à des séminaires de recherche, ainsi que des colloques et autres manifestations qui ont eu le bénéfice d'enrichir nos connaissances et de développer de nouvelles relations, de même que de précieuses collaborations en recherche.

L'immersion sur le terrain, dans le milieu universitaire et le milieu de la recherche au Japon, l'introduction dans différents milieux politiques publics et des milieux

professionnels privés, a permis une découverte et une adaptation à la culture japonaise, à son style de vie et à ses nombreux codes sociaux. Ceux-ci sont des facteurs communicationnels et relationnels importants et incontournables pour comprendre et si possible, avoir des échanges authentiques.

Afin de mieux nous immerger dans le terrain à l'étude, nous avons commencé l'apprentissage du japonais. La collecte de données (observations, documentations, explorations) a été faite en anglais, en japonais et en français, selon ce qui était le plus pertinent dans les circonstances et en tenant compte du contexte.

3.3.4 Sources d'observation

Nous avons réalisé une exploration assidue de l'espace public et des espaces publics, l'espace public faisant référence aux médias de masse et les espaces publics aux lieux physiques, localisés et géographiquement délimités (Paquot, 2009).

3.3.4.1 L'espace public

Celui-ci était constitué de la télévision, les annonces, les magazines pour hommes, les mangas, les *animes*, la pornographie sur Internet, les réseaux sociaux, les médias sociaux, etc.

3.3.4.2 Les espaces publics

Les espaces publics incluaient les transports en commun, les gares, les voies et les places publiques, les quartiers, les services offerts sur la rue, les festivals, les expositions, les *konbini*, les librairies, les pharmacies, les restaurants, les *izakaya*¹², etc.

¹² Izakaya「居酒屋」. Bar japonais qui sert également divers plats et collations Littéralement : Endroit/maison où il y a de l'alcool. <https://jisho.org/word/> (s.d.)

3.3.4.3 Les espaces publics et l'espace public

Dans l'objectif d'examiner spécifiquement la communication publique à caractère sexuel pour les hommes japonais dans le contexte socioculturel japonais, nous avons porté une attention particulière aux conversations informelles et aux témoignages, qu'ils soient directs ou indirects, recueillis dans les différents lieux publics et l'espace public.

Les conversations informelles incluaient toutes les situations de discussion où le sujet de notre recherche était abordé. Nous restions attentive à tout ce qui était partagé, indépendamment des lieux et des moments. La curiosité des Japonais envers la présence de personnes étrangères non-touristes a souvent facilité le contact, ouvrant la voie à de nombreuses conversations informelles.

Les témoignages, qu'ils soient directs ou indirects, étaient considérés sous toutes leurs formes pour explorer le phénomène à l'étude. Les témoignages directs impliquaient notre présence sur le terrain, où nous observions et écutions activement notre environnement. Quant aux témoignages indirects, ils incluaient des sources documentaires variées : documentation écrite (articles, livres, blogs, commentaires d'utilisateurs sur des sites à caractère sexuel, réseaux sociaux, etc.) et documentation audiovisuelle (télévision, YouTube, streaming¹³, etc.). Le sujet de la sexualité au Japon suscite également l'intérêt de nombreux Occidentaux, qui partagent leurs découvertes sur les réseaux sociaux via des témoignages, photos et vidéos. D'autres, en tant qu' « utilisateurs », apportent leurs connaissances et leurs expériences personnelles des ressources satisfatoires.

¹³ Technique de diffusion et de lecture en ligne et en continu de données multimédias, qui évite le téléchargement des données et permet la diffusion en direct (ou en léger différé). (Le Robert. Dico en ligne, s.d.)

3.3.5 Adaptation culturelle

Au Japon, culturellement parlant, il n'est pas d'usage de parler de soi, de son « cercle » personnel aux autres, ni de partager directement son opinion ou son ressenti. Franchir cette barrière est très difficile pour les personnes. Les codes de langage incluent, au-delà du rapport avec les autres, des modes de communication en fonction de la hiérarchie, du statut, de l'âge et de l'expérience, ce qui est également difficile à gérer pour la population elle-même. De plus, comme nous l'avons découvert et l'expliquerons dans le chapitre consacré aux résultats, les Japonais évitent de dire « non » de manière directe pour refuser ou exprimer un désaccord, une approche motivée par le respect de l'autre. Cette subtilité a nécessité des efforts de compréhension et de validation de notre part pour bien saisir le contexte qui nous entourait.

Ne pas avoir connaissance de l'existence de ces codes communicationnels peut entraîner des confusions de lectures occidentales comme nous en présentons quelques exemples dans cette section. Cela a également demandé une adaptation personnelle de notre part. Nous sommes de nature franche et très directe. Malgré notre attention particulière, nous ne maîtrisions pas suffisamment ces modes d'interactions sociales pour ne nous baser que sur nos efforts d'adaptation quel que soit le contexte.

Nous tenons à préciser qu'au-delà de l'accueil et du soutien du milieu, nous avions la chance d'avoir une précieuse amie québécoise, Flavie Jutras, trilingue (français, anglais, japonais), qui est installée au Japon depuis de nombreuses années. De plus, ayant une formation en anthropologie, elle était très intéressée à nous soutenir dans notre projet de recherche doctorale. Elle a donc été une aide précieuse pour notre propre adaptation personnelle, pour notre installation et notre vie quotidienne au Japon, mais également pour

nous guider dans les espaces publics d'intérêts, l'apprentissage de nombreux codes culturels et un éclairage face à de nombreuses situations parfois déroutantes et que nous ne voulions pas mal interpréter. Pour simple exemple, quand vous êtes un étranger dans les transports en commun, les Japonais vont généralement éviter de s'asseoir à côté de vous si le train est plein. De nombreux visiteurs ont associé cela au racisme ou à une attitude de méfiance. En fait, et cela est confirmé par les Japonais eux-mêmes et la littérature, il s'agit simplement d'une crainte que vous leur posiez une question en anglais et qu'il ne puisse pas vous répondre, donc vous aider, ce qui les mettrait très mal à l'aise. En contrepartie, de nombreux Japonais plus à l'aise en anglais nous ont souvent offert leur aide de façon spontanée quand nous semblions chercher notre chemin (ou autre).

3.3.6 Le *nomikai*¹⁴「飲み会」

Le principe du *nomikai*, c'est à dire boire de l'alcool ensemble, est fortement ancré dans la culture nipponne. Il est le moment de la libération de parole dans les rencontres, entre amis, entre collègues d'entreprise incluant employeur et employé. Il est aussi le passage nécessaire dans les moments d'échanges d'affaires où là encore, il fait l'objet de nombreux codes (places des personnes, qui sert qui, langage hiérarchique, etc.) phénomène qui – encore là – pourrait faire l'objet d'un article à lui seul. Boire et trinquer sont importants pour la fluidité des discussions qui débutent alors au moment du « *Kanpai* »¹⁵.

Culturellement parlant, les Japonais passent beaucoup de soirées au restaurant entre collègues, et même avec les supérieurs hiérarchiques, pour discuter plus à l'aise et avec plaisir. La hiérarchie demeure, mais devient beaucoup moins rigide. Plusieurs codes

¹⁴ Nomikai 飲み会 (littéralement : 飲み boire / 会 réunion-rencontre).

¹⁵ Dit au moment de trinquer, porter un toast (Dictionnaire-japonais.com).

perdurent, par exemple, qui sert qui, en premier, comment va se partager l'addition, etc. Cependant, dans le contexte du *nomikai*, associé à la consommation d'alcool par la majorité des convives, les échanges sont généralement plus libres et enjoués. La personne va davantage oser échanger avec les autres et discuter de sujets que l'on n'aborde pas au travail entre collègues. Cet aspect n'est pas facile à gérer pour tous et est parfois perçu comme obligatoire. Une grande partie des activités liées au travail — qu'il s'agisse, par exemple, d'un séminaire, d'une présentation, d'une journée de congrès, d'une visite officielle, d'une fin de semaine de travail, de démarches d'affaires ou encore de l'arrivée ou du départ d'une nouvelle personne — se conclut généralement par un repas au restaurant suivi d'un *nomikai*. De fait, nous avons participé à de nombreuses soirées de ce type. Elles ont favorisé une immersion riche dans la culture et nous ont permis d'observer et retenir des informations liées à la culture japonaise qui ont nourri notre réflexion et nous ont orientée dans notre démarche de recherche.

3.3.6.1 Protocoles conventionnels

Étant au demeurant féministe, nous nous sommes également adaptée à certains protocoles, au respect de codes vestimentaires et différentes conditions culturelles différentes de nos habitudes de vie. Par exemple, lors de repas au restaurant avec nos supérieurs, des collègues, des connaissances masculines, nous avons plusieurs fois offert de payer le repas, ou la boisson, ou au moins pour notre propre consommation, mais cela a été très rarement possible. Il est en effet d'usage pour l'invité de ne pas payer, le repas est offert par tous. Nous n'avons donc pas insisté outre mesure, afin de respecter notre milieu d'accueil et de maintenir de bonnes relations. Il est en effet courant et d'usage qu'à la fin d'un repas entre collègues, supérieurs ou amis, ou lors d'un événement honorant un ou

plusieurs invités (comme un anniversaire, l'arrivée d'un nouveau membre ou un départ), la facture soit partagée entre tous les participants, à l'exception des invités. Le statut de femme place souvent celle-ci dans la position d'invitée, ce qui implique qu'elle ne paie pas ou seulement de manière symbolique, par exemple avec une participation d'environ 10 \$. Même entre amis, si le partage de la facture peut être accepté (dans une logique d'égalité), une femme qui souhaiterait régler l'intégralité des consommations, que ce soit pour tout le groupe ou pour un homme en particulier, se heurterait généralement à un refus et risquerait de mettre les personnes présentes très mal à l'aise.

RÉSULTATS

LES RESSOURCES SATISFACTORIRES DANS LES ESPACES PUBLICS ET L'ESPACE PUBLIC

Dans cette partie, nous présenterons les données observées, récoltées et analysées dans les espaces publics et dans l'espace public. Nous présentons ainsi les ressources satisfactories observées dans les espaces publics, que ce soit par des observations directes sur le terrain de même qu'à travers des témoignages recueillis dans ces mêmes lieux ou par les médias de masse (télévision, annonces, magazines pour hommes, *mangas*, *animes*, pornographie sur Internet, réseaux sociaux, médias sociaux). L'exploration des espaces physiques accessibles au public a permis de découvrir divers lieux tels que les *Love Hotels*¹⁶, les clubs d'hôtes et d'hôtesses, les *snacks bars*, les *soaplands*, les *sex-shops* et les cabines privées. Nous nous sommes principalement concentrée sur ce qui était facilement observable, audible et perceptible au cours de nos déambulations, ainsi que lors de recherches toujours *in situ* et dirigées par des proches, des connaissances ou encore des collègues. L'observation des médias de masse, parfois eux-mêmes fondus dans les espaces publics (p. ex. des magazines pour adultes disposés dans les *konbini*¹⁷, la publicité dans les transports en commun ou encore les événements physiques retransmis en ligne), nous a permis d'approfondir notre compréhension des formes spécifiques de communication et l'appropriation de ces ressources satisfactories de même que les particularités culturelles qui les entourent.

¹⁶ Nous avons choisi de le présenter ici sous sa forme en nom propre puisque nous le traitons comme une entité.

¹⁷ Le *konbini* est un petit commerce de quartier s'apparentant au dépanneur.

4.1 LES RESSOURCES SATISFACTORIRES INTERACTIONNELLES

Étant donné qu'une grande partie de notre recherche découle de l'observation des contextes interactionnels, il nous semble primordial de présenter certains codes interactionnels et le déroulement usuel des interactions sociales au Japon, afin d'apporter un éclairage important sur certains aspects socioculturels de ce pays.

4.1.1 Rencontres informelles et interactions sociales dans les espaces publics

Nous présenterons à titre d'exemple le déroulement de nos propres rencontres sociales informelles, car celles-ci nous ont beaucoup appris sur les façons de faire au Japon, les aspects culturels et le sujet même de notre recherche depuis ses débuts. Nous avons tenu compte de toutes les situations et observations issues de nos rencontres professionnelles, personnelles et fortuites, en les considérant comme des données enrichissant nos connaissances. Ainsi, les dynamiques de la culture japonaise, notamment en matière de communication et d'interactions sociales, ont apporté un éclairage précieux et une compréhension plus large du phénomène étudié. À chaque étape de nos observations et analyses, nous avons, afin de vérifier et d'approfondir notre compréhension, consulté notre entourage professionnel et personnel sur place, sollicité l'avis de notre supérieur pour obtenir un éclairage complémentaire, et confronté nos observations à des publications académiques.

4.1.1.1 Interactions, modes et codes communicationnels culturels

L'apprentissage de la culture japonaise et notre ouverture à son égard ont représenté des facteurs primordiaux dans l'exécution et l'évolution de notre recherche doctorale. Nous avons constaté que le fait de ne pas en tenir compte ou de ne pas la respecter pouvait induire des interprétations et des analyses situationnelles non éclairées. Chacun de ces codes

pourrait faire l'objet d'un article, nous essaierons toutefois de présenter leur signification essentielle en fonction de notre appréhension tout au long de cette étude.

L'omiyage 「お土産」. Cette pratique culturelle consistant à offrir un cadeau-souvenir revêt une grande importance au Japon. L'objet offert, y compris sa forme et le soin accordé à son emballage (parfois plus important que le cadeau lui-même), présente de nombreuses fonctions communicationnelles et relationnelles. Nous avons pris connaissance de l'importance de ce code dès nos premiers séjours. De fait, dans le cadre de notre travail de recherche, de nos interactions avec le milieu d'accueil et au gré des activités auxquelles nous avons été invitée, nous avons offert des petits cadeaux liés à la culture québécoise ou française (sucreries ou spécialités culinaires). Par exemple, avant notre départ, nous avons offert du sirop d'érable à notre coiffeur et à notre boulangère afin d'exprimer toute notre reconnaissance en regard de leur bienveillance et de la richesse de nos conversations.

4.1.1.2 Dénominations

Comme nous avons pu le remarquer sur place, les Japonais évitent l'emploi de la première personne du singulier; lorsqu'ils le font, le terme qui se traduirait par « je » peut prendre plusieurs formes en fonction du sexe ou du statut social du locuteur de même que du niveau relationnel avec la ou les personnes auxquelles il s'adresse.

On remarquera en outre que les pronoms personnels sont peu ou pas utilisés lors des échanges plus « naturels », par exemple dans une conversation quotidienne. Toutefois, si leur emploi se montre nécessaire, au lieu d'employer la deuxième personne du singulier ou le nom (et très exceptionnellement le prénom) de l'interlocuteur, c'est son nom de famille qui sera utilisé, accompagné d'un suffixe honorifique – formel ou informel –

déterminant le niveau relationnel et/ou hiérarchique, et ce, même si la conversation implique strictement le locuteur et l'interlocuteur. Il en est de même lorsqu'on parle d'une ou d'autres personnes, d'un groupe ou d'une entité. Ces suffixes constituent des marques de respect essentielles de l'instauration et du développement de communications adaptées ainsi que de relations respectueuses. On notera qu'ils ne sont jamais utilisés pour parler de soi-même ni pour s'identifier dans les signatures.

Nous présentons ci-bas, les suffixes les plus usités, accompagnés pour certains de quelques exemples basés sur le nom propre Kazuya (prénom) Kamenashi (nom)

Le suffixe honorifique formel -sama 「さま」. Celui-ci est généralement utilisé pour les personnes considérées importantes et qui méritent un grand respect comme les clients, les invités et les divinités. Exemple : Kamenashi-sama.

Le suffixe honorifique -san 「さん」. C'est le suffixe honorifique le plus commun. Il revêt la même signification que les titres « madame », « monsieur », « mesdames » et « messieurs ». Exemple : Kamenashi-san. On l'emploie par défaut si l'on ignore le suffixe le plus approprié dans une situation donnée. Il est également utilisé pour personnifier une profession. Par exemple *pan'ya-san*¹⁸ 「パン屋さん」, qui signifie « le boulanger ». Il est aussi utilisé pour s'adresser à ses amis, à un conjoint ou une conjointe. Enfin, il peut également signifier un statut spécial conféré à un animal, une mascotte, etc.

Le suffixe honorifique -sensei 「せんせい」. Celui-ci s'applique aux personnes reconnues comme expertes dans leur domaine et, pour cette raison, il s'apparente au titre « maître ». Il est généralement utilisé pour les professeurs, mais également pour les

¹⁸ Nous mettons ici un tiret afin de faciliter la lecture mais nous tenons à rappeler que dans l'écriture japonaise, il n'y a aucun espace entre les mots.

écrivains, les avocats, les médecins, etc., tout dépendant de leur statut et de la relation entretenue. Nous prenons ici exemple avec notre co-directeur dont le nom de famille est « Aizawa ». Les étudiants s’adressent à lui en disant « Aizawa-*sensei* » et ses collègues de même génération et de même niveau hiérarchique en disant « Aizawa-*san* ».

Le suffixe -chan 「ちやん」. Celui-ci appartient à un registre plus familier, il peut également porter une connotation affective mais il s’associe toujours au nom de famille. Exemple : Kamenashi-*chan*. Il est employé par ou pour les plus jeunes en relation. Il s’agit du suffixe que nous avons utilisé dans le cadre de nos échanges informels – à l’oral ou à l’écrit – avec des jeunes (entre 20 et 22 ans) afin qu’il soit plus à l’aise, que ce soit plus naturel. Ce fut par exemple le cas avec les étudiants universitaires rencontrés lors de séminaires.

Exemple avec notre position. Les étrangers sont généralement présentés et nommés (oralement) par leur prénom accompagné du suffixe approprié; dans notre cas : Chantal-*san* ou, dans des situations particulières, Chantal-*sama*. De même, toutes les personnes avec qui nous étions en relation se sont présentées de sorte que nous utilisions leur prénom, exception faite des personnes avec lesquelles nous n’avions établi aucune relation, ou qui occupent un niveau hiérarchique plus élevé comme le professeur et directeur du centre de recherche où nous travaillions et auquel nous nous adressions en utilisant son nom de famille suivi du suffixe honorifique -*sensei*.

On notera cependant que, même pour les gens auxquels nous nous adressions par leur prénom (et pour lesquels aucun suffixe n’était ajouté, ce qui constituait un cas exceptionnel), nous devions utiliser leur nom de famille dans les situations où elles

occupaient la position de délocuté, c'est-à-dire s'ils faisaient l'objet de notre conversation avec une autre personne, tout en ne faisant pas partie directement de la conversation¹⁹.

De nombreuses conventions, dont certaines très subtiles, régulent l'usage du code interactionnels que représentent les suffixes honorifiques. Bien que sommaires, les explications que nous avons fournies au sujet de ces quelques codes interactionnels se montrent nécessaires afin de faire saisir le contexte communicationnel dans lequel nous avons travaillé et au sein duquel il était indispensable d'entretenir des relations respectueuses et appropriées, tout en nous assurant de mener les échanges les plus authentiques possibles.

4.1.1.3 Position dans la société

Tel que mentionné antérieurement, les codes interactionnels tiennent compte de la situation qu'occupent tant le locuteur que son allocataire et du niveau relationnel qu'on vous accorde.

Uchi 「内」et soto 「外」, un reflet de la distinction entre les groupes sociaux.

Outre le fait que ces concepts soient déterminants dans l'usage de la langue, ils jouent également un rôle essentiel dans les échanges et la posture communicationnelle au Japon. Le terme *uchi* réfère en quelque sorte à ce qui est propre à soi-même, à sa sphère personnelle et aux différents groupes d'appartenance, qu'ils soient ou non liés entre eux. Il peut s'agir de son groupe d'amis, de sa famille, mais également de son entreprise, de sa communauté, de son club de sport, etc. Ce terme peut également être utilisé par une personne pour parler de soi (« je », « moi, « me »); il se traduit littéralement par « dedans »,

¹⁹ Il s'agit là d'une particularité de l'emploi des suffixes honorifiques dans le cadre conversationnel que nous avons mis plus de temps à comprendre. Sans nous le dire directement, plusieurs nous ont guidée dans son apprivoisement.

« intérieur », par opposition à *soto* qui signifie « dehors, extérieur », et qui positionne le locuteur dans une relation « étrangère », externe à soi, dans laquelle se situera la sphère publique.

Aux concepts de *uchi* et *soto* s'associent des modes de communication très différents. Aussi les échanges se modulent-ils selon que le locuteur se situe par rapport à son allocataire dans une position de *uchi* ou de *soto*.

Tatemae「立前」et Honne「本音」: représentation de soi en public et sentiments véritables. Le *tatemae*, qui fait partie intégrante de la vie au Japon, désigne une attitude sociale et un mode communicationnel qui présentent une certaine conformité. Il désigne l'attitude et le comportement adoptés dans la sphère publique, c'est-à-dire essentiellement : éviter de contredire, de contrarier ou de s'opposer aux dires de l'autre ou à son attitude. Les personnes moins familières avec la culture japonaise l'associeront à une manifestation d'hypocrisie, alors qu'il s'agit en réalité d'une forme d'échange dont le principal objectif est d'éviter le conflit, la négation, l'affrontement, etc. Il faut néanmoins reconnaître qu'il présente un inconvénient majeur du fait qu'il opacifie l'expression authentique de la pensée. Dans la mesure où le *tatemae* rendra impossible le simple fait de répondre par oui ou non à une question, si vous demandez à quelqu'un s'il aime son travail, il pourrait vous répondre en vous expliquant d'abord les éléments positifs de son travail, puis poursuivrait en mentionnant la probabilité qu'un autre poste soit avantageux, etc.

Au *tatemae* s'oppose le *honne*, qui relève de ce qu'on pourrait nommer le « vrai soi », ce que l'on pense vraiment, nos intentions réelles. Celui-ci est évidemment limité au cercle circonscrit par le *uchi* et, là encore, il peut demeurer très « politiquement correct » dans la mesure où le partage de sentiments profonds est très rare ou limité.

Par exemple, le youtubeur²⁰ Taka (2020), âgé d'une trentaine d'années, avec lequel nous avons collaboré dans le cadre de la conception de contenus d'apprentissage sur la langue japonaise et sa culture, diffusés sur diverses plateformes en ligne (2020-2022), a partagé une réflexion intéressante au sujet du terme *aishiteru*²¹ Lors d'un de ses vlogues, il expliquait que ce terme, utilisé pour exprimer l'amour, revêt une connotation très forte au Japon et est rarement employé ou entendu dans les relations interpersonnelles. Taka soulignait également que les relations au Japon sont généralement moins directes, mentionnant qu'il n'avait jamais partagé ses véritables ressentis avec ses parents, lesquels, selon lui, n'avaient jamais fait de même. Il précisait également que les démonstrations physiques d'affection, comme les câlins, sont absentes dans ses relations. De surcroît, il n'avait jamais dit « je t'aime » à une femme, ni entendu cette déclaration de leur part, à l'exception peut-être d'une fois, lorsqu'il était adolescent.

4.1.2 Les rabu hoteru 「ラブホテル」 ou Love Hotels²²

L'observation sur le terrain nous a permis de découvrir la présence prépondérante des *Love Hotels* dans le paysage japonais. La réputation de ces établissements et de leur vocation satisfatoire semble avoir largement dépassé les frontières du Japon, puisqu'ils sont mentionnés et parfois décrits en détails dans de nombreux médias occidentaux, dans des plateformes touristiques ainsi que sur divers réseaux sociaux. Cependant, ces informations associent souvent ces endroits à l'assouvissement de fantasmes sexuels déviants dans des

²⁰ Personne qui poste sur YouTube ses propres vidéos (tutos, par exemple), Dictionnaire Larousse, s.d.)

²¹ Ce mot, qui signifie « aimer profondément » (« aimer d'amour » en langue familiale), est très rarement prononcé, car il dévoilerait trop ouvertement les sentiments de la personne qui l'emploierait. Il s'agit de l'expression d'amour la plus forte que l'on puisse exprimer verbalement (Da Silva Paternoster, 2018).

²² Nous avons choisi de le conserver à la forme anglaise et comme un nom propre afin de rester au plus proche de leur place et de leur prononciation dans la société japonaise.

environnements immersifs réalistes, voire dépassant l'imagination.

4.1.2.1 Description générale

Les *Love Hotels*, qui n'accueillent que la population adulte, sont particulièrement destinés aux couples en recherche d'intimité. Ils ne sont toutefois pas uniquement voués aux activités sexuelles. Si les familles n'y sont pas admises en raison de la présence d'enfants, leurs services sont offerts aux personnes seules ou aux groupes de jeunes femmes. Généralement ouverts sept jours sur sept, 24 heures sur 24, ils offrent des plages horaires et des tarifs clairement identifiés sur la devanture ou près de l'entrée. S'y distinguent ainsi les périodes de base : *kyūkei* 「休憩」, courtes ou « de repos », et la période *shukuhaku* 「宿泊」, avec une durée minimale de 30 minutes. On notera qu'aucune réservation n'est requise.

Les *Love Hotels* portent souvent des noms à l'occidentale, en français ou en anglais principalement, affichés en écriture romaine. Selon plusieurs personnes, cela apporterait un aspect romantique et exotique, même si on ne sait pas le lire ou si on ne comprend pas la signification.

Figure 8

Enseigne de prix extérieure- Hôtel Le Pays Blanc, Shibuya, Tōkyō



Source : Jef (2020).

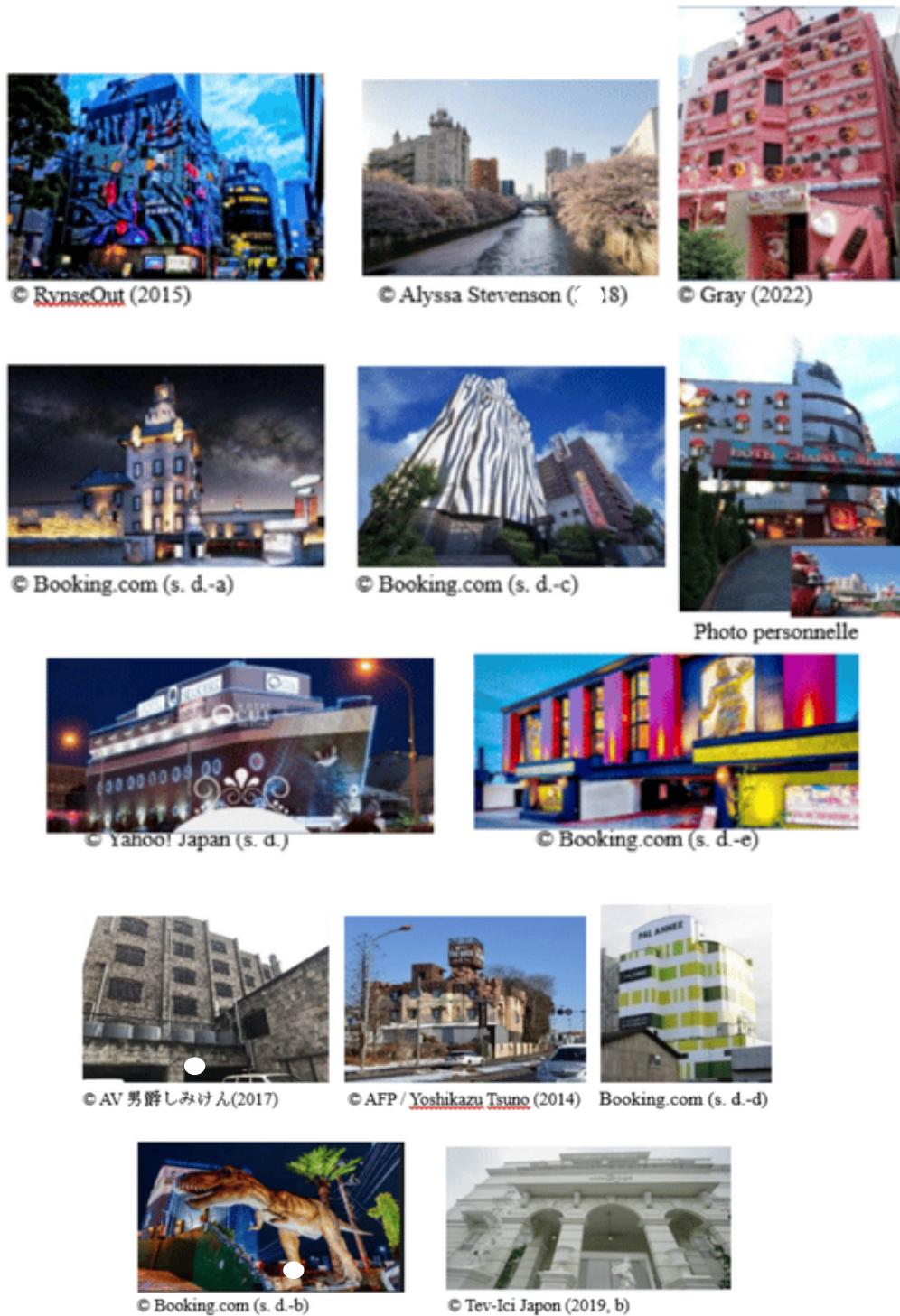
Comme tous les autres, ces hôtels se présentent sous différentes catégories, de peu avenants (minoritaires au Japon) à très luxueux. Ils sont également référencés aux mêmes titres que les autres hôtels dans différentes plateformes de location populaires, où il suffit de sélectionner l'option. Toutefois, s'ils s'apparentent aux autres hôtels sous ces aspects, le visiteur potentiel doit savoir que la majorité d'entre eux n'ont aucune ou très peu de fenêtres, voire des fenêtres factices.

Sur place, ces établissements sont clairement identifiables, souvent regroupés dans le même quartier. La plupart d'entre eux affichent clairement leur style distinctif et leur singularité et ce que nous qualifierons d'« excentricité » d'après notre perception occidentale. Certains détails architecturaux, tant extérieurs qu'intérieurs traduiront la thématique de l'hôtel : très moderne (de type futuriste, avec éléments hi-tech et présence de néons) ou plutôt traditionnels, occidental ou japonais; très voyant ou très discret; plus ou moins chic; présentant des références cinématographiques (ex. : Parc jurassique), iconiques (*Hello Kitty*, univers de Disney, etc.), temporelles (Moyen Âge, Renaissance, Japon féodal, Noël, etc.), spatiales (fond marin, espace, etc.), ou encore de type auberge japonaise traditionnelle.

Les figures suivantes illustrent certaines de ces thématiques. Bien sûr, il existe également des *Love Hotels* de « basse catégorie » moins chers et plus discutables en matière d'hygiène.

Figure 9

Différentes façades de Love Hotels au Japon



4.1.2.2 Discréction et respect de l'intimité

Afin de préserver la discréction, la plupart des *Love Hotels* proposent dès l'entrée un choix de chambres sur un tableau électronique avec photos, des voyants permettant de connaître leur disponibilité. Le personnel de réception comme celui de services en chambres (restauration ou livraison) utilisent différents dispositifs visant à dissimuler leurs visages et à ne pas voir ceux des clients (rideau, passe-plats, etc.).

Figure 10

Exemple de panneau de choix de chambre



Source. The Japans <https://thejapans.org/2014/09/06/japanese-love-hotels/>

4.1.2.3 Services

La plus grande excentricité des *Love Hotels* se trouve à l'intérieur, comme en témoignent de nombreuses vidéos et photos prises par des blogueurs et des Youtubers occidentaux comme Japonais, mais également les catalogues disponibles sur Internet, et les images numériques présentes sur les panneaux de choix de chambre. Les *Love Hotels* proposent des chambres aux attributs classiques, allant de simples à très luxueuses, avec un service de restauration en chambre généralement de très bonne qualité, comme le

rapportent plusieurs expériences vécues, et partagées par le Youtuber Tev dans des vidéos de sa chaîne YouTube *Ici Japon* portant sur l'exploration de plusieurs d'entre eux (Theveny, 2019^a et 2019^b).

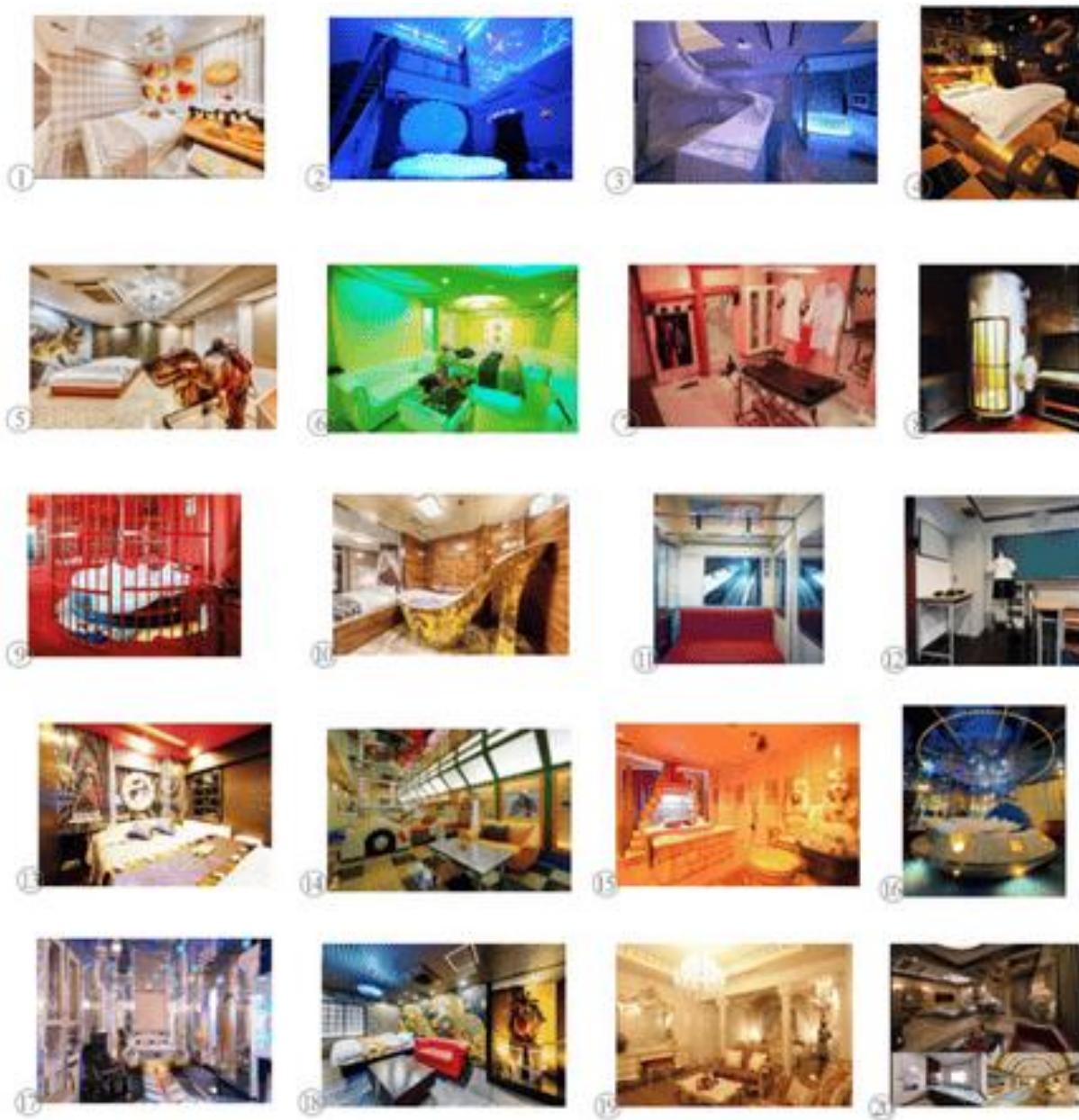
Les *Love Hotels* sont aussi – et surtout – des hauts lieux de ressources satisfatoires proposant des environnements thématiques des plus variés, ainsi que des réponses aux paraphilies, fantaisies et fantasmes sexuels en tout genre. Il serait impossible de les énumérer toutes, mais une présentation de certaines peut permettre d'envisager l'imagination d'apparence sans limites de leurs concepteurs.

On peut ainsi trouver des chambres offrant des thématiques immersives qui reproduisent différents milieux, tels qu'une rame de métro, un labyrinthe, un carrousel, une chambre royale, des univers dérivés de mangas, des films d'animations (désormais : *anime*) et autres. Les plus spécialisés offrent de nombreuses chambres avec équipements sadomasochistes, des chambres médicales ou d'auscultation, des espaces de scatophilie (tel que présentés par Pandaman, 2019), avec matériel et tenues à disposition ou en location.

Il nous semble important de présenter quelques images de ces univers thématiques intérieurs afin de donner une idée plus précise de ce que nous essayons de traduire par de simples mots. Notre propre expérience et nos apports culturels avaient un effet d'appréhension plutôt négative de leurs caractérisations avant de prendre connaissance de leurs aspects réels.

Figure 11

Exemples de thématiques de chambres



Sources. 1. Sweets Hotel Ets (s. d.), 2. Dollhouse (2015), 3. Hotel Sekitei (2013), 4. Patrick (2022), 5. Hotel Artia Dinosaur, 6. Sara (s. d.), 7. Hotel Alpha-In (s. d.), 8. Openminded (2015), 9. Keasler (s. d.), 10. Hotel Luna Royal Room Guide (s. d.), 11. Openminded (2015), 12. Schiller (2015), 13. Hotel Sara (s. d.), 14. Hotel France (s. d.), 15. Shima (2010), 16. Aine (2022), 17. Weekender Editor (2023), 18. BestDelight Hotel&SPA Group (s. d.), 19. Tev-Ici Japon (2019b), 20. K's Baron Club (s. d.).

Ces services et ces matériels satisfatoires sont proposés dans un environnement hygiénique généralement contrôlé (irréprochable pour les plus luxueux à limité pour les bas de gamme) comprenant des salles de bains avec tout le nécessaire, y compris les préservatifs; de la haute technologie; un système de karaoké; du matériel associé à la thématique (uniforme, accessoires, équipements spécialisés, etc.), l'accès à la livraison en tout genre interne (exemple : restauration, boissons, produits pharmaceutiques de base, etc.) ou externe (restauration autre que celle de l'hôtel), la location d'artifices (déguisements, etc.), l'accès aux chaînes érotiques disponibles au Japon, etc., le tout en assurant l'intimité et la discrétion.

Il ne semble pas nécessaire de donner plus d'exemples pour faire saisir que toutes les formes de fantasmes peuvent trouver un environnement répondant à leur réalisation au Japon dans ces *Love Hotels*, et ce, que ce soit pour répondre aux demandes de couples ou pour un fantasme individuel. De plus, les règles distribuées dans ces établissements ne laissent que peu de doute quant à la possibilité de faire usage des chambres comme ressources satisfatoires. Par exemple, si vous faites usage de cire chaude on précisera d'attendre que celle-ci soit refroidie avant de prendre une douche pour ne pas boucher les canalisations de la baignoire. Autre règle : si vous utilisez des matières fécales, vous devez bien nettoyer et vous assurer d'utiliser les toilettes de sorte à ne pas boucher les canalisations. Une caution est généralement incluse dans votre paiement en amont (Pandaman, 2019).

Selon les expériences rapportées et les commentaires laissés sur les sites de location ou dans les hôtels (Abroad in Japan, 2019), malgré ce genre d'utilisation des lieux, l'hygiène et tout le matériel à disposition semblent strictement maintenus, ce qui semble

être un élément supplémentaire en faveur de la normalisation.. Les *Love Hotels* sont donc des établissements offrant un service semblable à celui des hôtels sans ressources satisfatoires ou attractions spécifiques.

4.1.2.4 Usagers

Les témoignages des Japonais et des Occidentaux ayant visité ou fait l'expérience de ces hôtels rapportent cette même sensation de se retrouver dans des lieux débordants d'une imagination sans limite, généralement magnifiques en termes de décoration et d'ambiance pour certaines, incroyables de réalisme lorsqu'ils reproduisent des univers fantasmatiques des plus spécialisés ou inusités, voire déviants. De fait, les *Love Hotels* affichent clairement offrir des ressources satisfatoires pour les personnes envisageant d'y accomplir des activités sexuelles. Ils sont ainsi principalement fréquentés par les jeunes couples, les couples mariés ou non, les rencontres éphémères ou les services d'escortes.

Cependant, contrairement aux idées véhiculées par de nombreux médias occidentaux, les *Love Hotels* ne sont pas uniquement voués aux personnes en vue d'avoir des activités sexuelles dans des conditions répondant à leurs fantasmes sexuels. Nombre de personnes les fréquentent également en couple, seules ou entre amis, pour simplement vivre un moment de plaisir, d'intimité, de détente, et profiter de tout ce qui est offert en fonction de leurs intérêts: chambre, cinéma, bains géants, sport, thématique spécialisée, *cosplay*, etc.

Par exemple, en tant que *salarīman* 「サラリーマン」, (*salary man*)²³, il est

²³ Trad. Libre : *Wasei eigo* 「和製英語」 (littéralement « mot construit à partir de mot anglais ») des termes anglais « *salary* et *man* ». Désigne les personnes percevant un salaire pour un travail spécifique, principalement de bureau (Employé de bureau; employé de société; homme d'entreprise),, à l'exclusion des hauts fonctionnaires et employés gouvernementaux (Okamoto, s.d.).

appréciable d'y louer une chambre le temps de se restaurer, de faire une sieste et se rafraîchir dans un environnement discret.

Les jeunes femmes en groupe constituent également une clientèle des *Love Hotels*, où elles viennent faire la fête entre elles (p. ex. à l'occasion d'un anniversaire), comme il est possible de le constater sur les devantures ou dans les offres en ligne. La figure 12 montre :

À gauche, des images de la devanture de l'hôtel tokyoïte *Sweets Hotel Ruby Ets*. Le triptyque présente quelques chambres thématiques (panneau de droite), les tarifs (panneau central) et l'accès autorisé aux rencontres de filles (panneau de gauche); à droite, un exemple de publicité du *Love Hotel* *Lotus Gorgeous* faisant la promotion des fêtes entre filles. Ces dernières s'y font donner l'assurance d'y recevoir des services dignes de « princesses » ou de VIP. Certains *Love Hotels* offrent des coupons de réduction, des cartes de membres, et autres facilités pour attirer sa clientèle.

Figure 12

Exemples d'affichage d'offres et de plan de célébrations pour filles



Note. Devanture du *Sweets Hotel Ruby Ets*, Tōkyō. Plan de fête pour filles.
Source: BestDelight HOTEL&SPA Group, (s. d. -b).

Erika a rapporté sa première expérience dans une publication de Louis-San (2021); elle y explique que le *Love Hotel* offrait à ses amies et elle le prêt de robes de soirée, de robes de princesses, des gâteaux, et aussi du champagne :

C'est vraiment cool pour nous et vraiment pas dérangeant d'y aller et on se dit aussi que peut-être c'est une bonne idée d'y revenir avec mon copain. Je pense que c'est vraiment un bon marketing. Avant je pensais que c'était vraiment dégoûtant et que je ne voulais pas y aller, mais après cette soirée avec les filles, j'étais comme « ouaw »; c'est pas mal, en fait.

Il est à noter que nous n'avons pas vu d'offre équivalente – c'est-à-dire sans référence à des activités sexuelles – destinée aux jeunes hommes seuls ou groupes mixtes.

Dans un commentaire en ligne, Éda (2014) partage son vécu des *Love Hotels* avec son mari afin d'expliquer leur usage non exclusivement sexuel : « Love it! My first apartment was one room, no bath, squat toilet, no aircon, and that first summer was hot. Hubby and I (pre-rings at that point) often spent the night at *Love Hotels*, not to snog, just to sleep! »²⁴. Un exemple de témoignage de surprise du côté des commentateurs occidentaux est offert par David, voyageur en provenance des États-Unis :

With all the hotels in Kyoto booked up, this was our closest place to stay and was entertaining to say the least. It is a "Love Hotel" or place where couples go to enjoy each other. It is not a normal hotel by any means and does not pretend to be one. That said, it was an incredible deal for the money excepting the 40-minute commute into Kyoto. The room we had was huge and so much nicer than anything we could have gotten in Kyoto. It felt like something in Las Vegas with each room having its own theme. We found the "accessories" in the room somewhat humorous so keep an open mind. The breakfast was fine and once you got used to being locked into the room and having to call the front desk to be let out, it was really not so bad. It was a 20-minute walk to the train station then 20 minutes or so into downtown Kyoto.²⁵

²⁴ Trad. Libre : « J'aime ça! Mon premier appartement était une pièce, pas de baignoire, des toilettes à la turque, pas de climatisation, et ce premier été était chaud. Mon mari et moi avons souvent passé la nuit dans des *Love Hotels*, pas pour nous bécoter, juste pour dormir ! »

²⁵ Trad. Libre : « Avec tous les hôtels de Kyōto complets, c'était le lieu de séjour le plus proche et c'était pour le moins divertissant. C'est un « *Love Hotel* » ou un endroit où les couples vont s'amuser. Ce n'est en

Toutefois, la plupart des Japonais semblent se rendre directement sur place en fonction des rencontres sans pour autant rechercher une thématique particulière.

Les plus jeunes et les couples mariés semblent quant à eux préférer choisir en avance par le biais de sites ou de recommandations, ces dernières leur provenant en fonction de leur recherche de thématiques spécifiques associées à leurs fantasmes récréatifs, romantiques ou « déviants ». La plupart des *Love Hotels* offrent de fait leurs services et la réservation en ligne, qu'il s'agisse des chambres ou du matériel. Il est également possible de devenir membre et ainsi d'obtenir certains bénéfices. Pour les étrangers, les chambres peuvent être réservées selon leurs attentes dans des sites populaires (p. ex. Booking.com), qui proposent cette catégorie d'établissements ainsi que la description de leurs services, des photos et des commentaires des usagers; la mention « *adult only* » accompagne le nom de *Love Hotels*.

Il nous semble également intéressant de noter que les *Love Hotels* semblent s'être suffisamment démocratisés pour qu'un émoticône leur soit consacré (🏩).

4.1.3 Les *kyabakura-club* 「キャバクラ」(cabaret) et *kurabu* 「クラブ」(club).

Bien qu'ils soient généralement tous deux nommés « bar à hôtesses » dans la communication et la littérature en français, nous avons choisi de traduire ceux-ci par leur traduction littérale, soit « cabaret-club » 「キャバレークラブ」 (qui est une contraction de ces deux mots) abrégé en *kyabakura*. De plus, la dénomination « bar à hôtesses » pourrait

aucun cas un hôtel normal et ne prétend pas en être un. Cela dit, c'était une affaire incroyable pour l'argent, à l'exception du trajet de 40 minutes à Kyōto. La chambre que nous avions était immense et bien plus agréable que tout ce que nous aurions pu avoir à Kyōto. C'était comme quelque chose à Las Vegas, avec chaque chambre ayant son propre thème. Nous avons trouvé les « accessoires » dans la chambre un peu humoristiques; alors, gardez l'esprit ouvert. Le petit déjeuner était bon et une fois que vous vous êtes habitués à être enfermés dans la chambre et à appeler la réception pour être libérés, ce n'était vraiment pas si mal. C'était à 20 minutes à pied de la gare, puis à environ 20 minutes du centre-ville de Kyōto.

inciter à entretenir une perception erronée de la situation, potentiellement teintée de perceptions occidentales.

4.1.3.1 Description générale

Ces établissements de divertissement – que l'on retrouve surtout dans les grandes villes et dans les quartiers d'affaires ou renommés pour leurs activités nocturnes – sont très populaires au Japon. On en trouve des centaines dans les grandes villes, notamment dans les quartiers à plus forte concentration d'établissements de divertissement. Ils sont principalement fréquentés par des hommes d'affaires et des *salarīman* 「サラリーマン」 qui cherchent à se détendre après le travail. Ils servent également de lieux de rencontre pour gens d'affaires dans une ambiance de « service ». Ils proposent en outre une atmosphère exclusive pour les clients dont l'objectif est de se détendre. Les hommes y viennent pour boire et passer un moment agréable avec des hôtesses, moment qui peut ainsi s'apparenter à une discussion entre amis ou, plus souvent, à du *flirt*.

Les *kyabakura* et les *kurabu* sont les deux types principaux de clubs; ils se subdivisent eux-mêmes en de nombreuses branches. Dans un *kurabu*, l'ambiance se veut feutrée, luxueuse, intimiste. Le client fait le choix d'une hôtesse expérimentée ou s'en voit attribuer une à sa table dès sa première visite; elle lui sera exclusivement réservée. Les clients réguliers des *kurabu* ont l'habitude de réserver à l'avance afin de passer du temps avec leur hôtesse attitrée. En revanche, dans un *kyabakura*, le client n'est pas tenu de s'engager envers une seule hôtesse; différentes hôtesses peuvent ainsi se succéder à sa table. Cependant, s'il apprécie particulièrement l'une d'entre elles, il peut demander qu'elle l'accompagne pour le reste de la soirée (Matsui, 2022). Le *kurabu* est présenté comme un

établissement de classe supérieur en ce qui a trait à l'environnement offert et aux services; les hôtesses y sont généralement plus âgées (30 ans et plus) et plus expérimentées.

La réputation et l'orientation thématique des établissements sont des éléments, entre autres commerciaux importants. Toutefois les règles et les pratiques spécifiques peuvent différer selon les régions et les établissements, certains autorisant par exemple la relation avec le client à l'extérieur de l'établissement et en dehors des heures de travail.

4.1.3.2 Les hosutesu 「ホステス」 ou kyabajō 「キャバ嬢²⁶」

Les hôtesses sont souvent habillées de manière élégante et sophistiquée, conformément au code vestimentaire de l'établissement; leur uniforme peut être constitué d'une robe élégante de types cocktail ou de soirée, mais également d'un kimono, ou encore d'une tenue suggestive, voire très légère de type « bikini » ou de costume de *cosplay sexy*. L'apparence soignée et la politesse des hôtesses font partie intégrante de leur travail et accentuent la réputation de l'établissement. Ainsi, de nombreux clubs dispensent les services vestimentaires, de coiffure et de maquillage à leurs hôtesses en déduisant ces frais de leur salaire. Il existe également des magasins spécialisés dans les tenues d'hôtesses qui sont recommandés par des sites Internet spécialisés dans les offres de travail de nuit.

Les hôtesses choisies pour travailler dans ces établissements sont sélectionnées selon de nombreux critères, au-delà du physique ou de l'âge. Il existe, par exemple, des établissements qui se concentrent sur une clientèle composée d'hommes hauts placés dans la société, de l'élite, qu'il s'agisse d'hommes d'affaires, de politiciens, de sportifs ou d'autres célébrités. Les femmes recrutées doivent alors toutes posséder au minimum un diplôme de deuxième cycle dans un domaine associé à la culture et aux arts (violoniste,

²⁶Littéralement : fille 「嬢」« jō », de cabaret 「キャバレー」, terme aussi abrégé par « kyaba » 「キャバ」.

pianiste, etc.).

Les hôtesses sont toutes japonaises; les étrangères n'étant pas autorisées à travailler dans le « milieu de la nuit » selon les visas. Toutefois, il existe d'autres types de club dont le personnel d'hôtesses est exclusivement composé de migrantes en provenance des pays voisins (Oishi, 2005). Les clubs sont rarement multiethniques, c'est-à-dire que la nationalité des hôtesses fait partie de leur thématique, tout comme leurs caractéristiques physiques et vestimentaires. Nous avons pu observer la publicité d'un club d'hôtesses dont la spécificité est d'employer uniquement des femmes rondes ou obèses. D'autres se spécialisent dans les jeunes femmes très minces ou encore des femmes plus âgées, etc.

Les hôtesses les plus « cotées » en termes de demandes et de ventes peuvent être affichées sur la devanture de l'établissement et/ou sur leur site en ligne, le cas échéant. Il en va de même pour les *hosts* (*hosuto*, ホスト(hôtes)), la version masculine du service qui s'adresse aux femmes. Ceux-ci présentent également un classement des « meilleurs gagneurs » et donc des services les plus chers. Le classement est également national et très présent dans les médias.

Figure13

Devanture d'un club d'hôtesses.



Source : Kobayashi (2020).

Figure 14

Club d'hôtes



Source : (Yasu, 2020)

4.1.3.3 Services

Les hôtesses sont employées pour socialiser et pour divertir les clients masculins. Ce type de divertissement s'appuie surtout sur un excès poussé de flatterie; elles servent ainsi à leurs clients des « *ohh sugoi!*²⁷... *omoshiroi!*²⁸... ta cravate est tellement belle... j'adore ce que tu me dis, ta vie est tellement intéressante... » (Tev, 2019c). Leur rôle consiste à tenir des conversations agréables, à servir des boissons principalement alcoolisées et chères, si possible haut de gamme – vendues des centaines, voire des milliers de dollars –et de créer une atmosphère divertissante pour les clients. Le but est de faire consommer le client en offrant de boire aussi avec lui ainsi qu'avec les hôtesses en présence. Le client peut aussi offrir des cadeaux (sac ou autre objet de luxe) achetés dans les boutiques attenantes, prévues à cet effet; l'hôtesse ira généralement se le faire rembourser

²⁷ Le terme *sugoi* 「凄い」 (« super », « incroyable ») reflète un étonnement extrême.

²⁸ Le terme *omoshiroi* 「面白い」 (« intéressant ») est une expression qui exprime un sentiment de plaisir. (Weblio.jp, s.d.).

par la suite. Il s'agit d'un comportement de séduction poussé souvent jusqu'au flirt. Toutefois, aucun toucher à caractère sexuel n'est autorisé.

Certains s'accordent à dire que les clubs d'hôtesse constituent la version moderne des établissements de geishas qui, rappelons-le, n'étaient pas non plus des prostituées. Pour les hôtesse autorisées à travailler auprès de ces mêmes clients en dehors de l'établissement, elles peuvent se voir offrir des objets de luxe, un appartement, soit des cadeaux qui s'apparentent à ceux que l'on offre en Occident aux escortes ou offerts par des *sugar daddies*²⁹. Cependant, les hôtesse ont le droit de « tomber amoureuse » et d'avoir des relations sexuelles avec ces mêmes clients en dehors de l'établissement. Nous mettons entre guillemets l'expression « tomber amoureuse » car il s'agit d'une excuse pouvant être utilisée afin de contourner la loi japonaise qui interdit la prostitution mais autorise les relations sexuelles avec le client rencontré au club.

Il y a plusieurs variétés de clubs et de tarifs, dont certains élitistes et, par conséquent, non accessibles à tous. Les hommes semblent y aller pour affaires et pour l'intimité des lieux. Cela coûte rapidement très cher. On peut rapidement dépenser des centaines, voire des milliers de dollars en une soirée.

Le blogueur Matsui explique que malgré sa connaissance du système, un soir, son cousin et lui ont suivi un rabatteur dans un *kyabakura* d'un quartier populaire de Kyōto :

Led into the main room, which was neatly divided into two rows of cubicles, we were promptly seated on a sofa. Less than a minute later, two hostesses, both wearing sparkling bodycon dresses, politely greeted us and took their seats — one in between me and my cousin, the other to my right. At once, one of them playfully urged us to order an expensive bottle of champagne because she “wanted to try it.” My cousin, having been to several hostess clubs, was familiar with these ploys to get patrons to spend as much money in as short an amount of time as possible, and declined, ordering

²⁹ Le terme « sugar daddy » est un anglicisme argotique utilisé pour désigner une relation de « *sugardating* » dans laquelle une personne au style de vie confortable offre la possibilité à une personne plus jeune qu'elle de partager son style de vie, ce, notamment au travers de cadeaux ou d'argent (Wikipedia).

a cheaper bottle³⁰ instead. “Is this your first time?” the hostess to my right asked me. I told her, yes. “Well then, I’ll do my best so that you’ll want to come back,” she replied. We drank to that, and she began complimenting me on my English (I had been speaking to my cousin in English). When I told her I had lived in Guam, she exclaimed, “Sugoi!” meaning “Wow!”. We spoke for about 30 minutes before two other hostesses arrived and took their place. [...] “Sugoi!” Sayaka replied, while hinting that our bottle of cognac was almost gone. Already hammered, we decided that to call it a night. After paying, we were escorted out by Sayaka and the other hostesses. Our bill came up to \$500 — \$150 per person, and \$200 for the bottle. Whilst I knew it was going to be expensive, I didn’t realize just how quickly our bottle would run out; I thought we’d drink half at most and keep the bottle there for another night. But the constant rotation of girls made short work of it. [...] (2022).³¹

Ces différents clubs génèrent énormément de profits et, pour faire face à la concurrence, plusieurs d’entre eux (moins bien côtés, nouveaux ou faisant face à une forte concurrence dans le même quartier) utilisent des rabatteurs de rues pour entraîner la clientèle masculine. De nombreux avertissements et mises en garde sont publiés à cet effet, particulièrement à destination des étrangers; affichés dans de nombreux espaces publics, ils rappellent de demeurer prudents. Les offres faites par ces rabatteurs (par exemple, des prix réduits ou très attractifs pour l’alcool) cacheront toute une panoplie de frais associés aux moindres « services » qui se montreront, le temps venu de payer l’addition, très

³⁰ Nous avons ici changé par « une bouteille moins chère » le nom de la marque de bouteille d’alcool citée.

³¹ Trad. Libre : « Nous avons été conduits dans la salle principale, soigneusement divisée en deux rangées de cabines, et nous avons été rapidement installés sur un canapé. Moins d’une minute plus tard, deux hôtesses, toutes deux vêtues de robes moulantes étincelantes, nous ont poliment saluées et ont pris place – l’une entre mon cousin et moi, l’autre à ma droite. Aussitôt, l’une d’elles nous a demandé de manière enjouée de commander une bouteille de champagne onéreuse parce qu’elle “voulait la goûter”. Mon cousin, qui avait fréquenté plusieurs clubs d’hôtesses, connaissait bien ces stratagèmes pour inciter les clients à dépenser le plus d’argent possible en un minimum de temps. Il a décliné l’offre, commandant à la place [une bouteille moins chère]. “C’est votre première fois?” m’a demandé l’hôtesse à ma droite. Je lui ai répondu que oui. “Alors, je ferai de mon mieux pour que vous ayez envie de revenir”, a-t-elle répondu. Nous avons bu un verre et elle a commencé à me complimenter sur mon anglais (je parlais à mon cousin en anglais). Quand je lui ai dit que j’avais vécu à Guam, elle s’est exclamée : “Sugoi！”, ce qui signifie “Waouh！”. Environ 30 minutes plus tard, deux autres hôtesses prenaient leur place et un troisième groupe après encore 30 minutes. [...] “Sugoi！” a répondu Sayaka, tout en laissant entendre que notre bouteille de cognac était presque finie. Déjà épuisés, nous avons décidé d’en finir pour la nuit. Après avoir payé, nous avons été escortés dehors par Sayaka et les autres hôtesses. Notre facture s’élevait à 500 \$ – 150 \$ par personne et 200 \$ pour la bouteille. Même si je savais que cela allait coûter cher, je n’avais pas réalisé à quelle vitesse notre bouteille allait se vider; je pensais que nous en boirions la moitié au maximum et que nous garderions la bouteille pour une autre nuit. Mais la rotation constante des filles a fait en sorte que cela se fasse rapidement. »

coûteux. Il n'y aura aucun moyen pour le client de se soustraire à ce paiement; il se verra même « offrir » d'être accompagné jusqu'à un guichet bancaire, le cas échéant.

4.1.3.4 Services en ligne

Plusieurs clubs d'hôtesses et d'hôtes ont dû fermer leurs portes provisoirement ou définitivement en raison de la pandémie. Certaines de ces hôtesses, parfois devenues propriétaires de leur club, ont développés leurs services relationnels en ligne. Par exemple Noa (2020) – considérée comme la « numéro 1 »³² – détient un compte Instagram comptant près de 400 000 abonnés, ainsi qu'une chaîne YouTube qui en compte plus de 700 000 et près de 301 millions de visionnements. Dans cette chaîne, elle donne à voir sa vie d'hôtesse et celle des cabarets. Elle prodigue des conseils sur les mêmes sujets, diffuse en direct et propose des vidéos diffusés en continu (*streaming*) offrant une immersion dans son quotidien et dans son milieu de travail, de même qu'un regard personnel sur son rapport à l'industrie des services pour adultes. Des clients y sont présentées, les diffusions en direct proposent aux spectateurs d'offrir des dons en argent, d'intervenir ou de clavarder des commentaires ou des questions. Il est intéressant de noter que les hôtesses publient dans ce type de chaîne offrent également des liens menant à des salons de discussion (*chat rooms*) privés et réservés aux adultes. Lorsque ces liens sont activés, une interface intermédiaire propose et publicise d'autres salons s'adressant à différents publics, la seule condition pour y accéder étant d'avoir plus de 18 ans et ne pas être étudiant.

Selon nos observations, entre autres, basées sur les nombres d'abonnés à ces médias et de commentaires laissés par les utilisateurs, de nombreux Japonais semblent attirés par ce type de contenu en ligne, probablement du fait qu'il leur donne la possibilité

³² Selon un système de classement basée sur les meilleures ventes de consommation alcoolisée et la popularité.

d’interagir avec des célébrités. Les vidéos diffusés en continu offertes à tous sur YouTube ou sur Twitch semblent plus faciles d’accès; elles offrent aux abonnés des chaînes qui les diffusent la possibilité d’intervenir de façon anonyme et la probabilité – excitante – que la personne s’adresse à eux pour répondre à leurs remarques ou questions. Une de nos connaissances nous a dit qu’elle avait commencé à s’intéresser à ce type de contenu parce qu’elle le trouvait intéressant, qu’elle pouvait le regarder de chez elle en mangeant ou avant de dormir et parce qu’il est gratuit.

4.1.4 Les *sunakku bā* 「スナック・バー」 ou *mama kafe* 「ママカフェ」

La première fois que nous avons remarqué un *sunakkubā* (de l’anglais *snack-bar*) nous marchions avec une connaissance en discutant. Nous avons été étonnées de voir un homme seul devant un comptoir, en train de chanter un karaoké de type mélancolique. Il faisait face à la femme derrière le comptoir, qui essuyait un verre. Il y avait d’autres hommes seuls assis au comptoir et aux deux seules tables de l’établissement. Personne ne semblait ni écouter, ni regarder, ni discuter. Nous avons été tellement surprise que nous avons émis un jugement de valeur instinctif, en demandant quel était cet endroit qui nous semblait vraiment très triste. Cette connaissance nous a expliqué que ce n’était pas du tout triste, que c’est un bon endroit où on va pour se sentir bien. Il nous a dit comment s’appelait ce genre d’endroit et nous avons effectué les recherches subséquentes par la suite.

Ce type de *snack* est présent partout au Japon, quelle que soit la taille du quartier ou de la ville et même du hameau (Tev, 2019c).

4.1.4.1 Description générale

Les *sunakkubā* sont réputés appartenir à la même catégorie que les clubs d’hôtesses, c’est-à-dire aux établissements appartenant à l’industrie du divertissement pour adultes. Ils

sont généralement ouverts à partir du soir jusqu'à parfois 24 ou 26h00³³. Selon les lieux et les autorisations préfectorales, certains ont des horaires de jour. Ils pratiquent des tarifs beaucoup moins élevés – qui comprennent parfois une boisson alcoolisée –, sont moins luxueux et donc accessibles à un plus large public. Ce sont des tarifs horaires auxquels est inclus parfois une boisson alcoolisée. Certains *sunakkubā* ont aussi des « habitués » qui peuvent, par exemple, acheter une bouteille et la réserver (par le biais d'une étiquette à leur nom) pour les visites suivantes.

4.1.4.2 Services

Les services dans ces établissements fonctionnent de la même façon en s'adressant généralement au public masculin et celui-ci, moyennant un prix d'entrée et le prix des consommations suivantes, se verra offrir un service de discussion et d'écoute de la part d'une hôtesse. Plusieurs hôtesses peuvent y travailler, mais la plupart des établissements sont rapportés comme étant petits (pouvant accueillir peu de monde) voire très petits (maximum 5 personnes) et intimistes.

Les décors sont très variables mais pour ceux que nous avons vus ou que nous avons pu voir en photo, ils peuvent être très chargés en décos et présentent tous une omniprésence de bouteilles d'alcools dont celles réservées aux habitués (bouteille conservée au nom de la personne pour chacun de ses passages).

Une seule hôtesse travaille derrière le comptoir, généralement une femme d'âge mûr,

³³ Heure affichée sur les panneaux. Il n'est pas rare de lire ce type d'heure sur les commerces qui travaillent jusqu'à une heure avancée de la nuit, de fait, ils considèrent que la journée d'activité se finit au moment de leur fermeture.

(une mama-san³⁴ 「ママさん」) qui gère le lieu), qui peut aussi être accompagnée d'une ou deux jeunes hôtesses. L'endroit dispose généralement d'un karaoké.

Nous avons été introduite dans un *sunakkubā* dont seuls les initiés semblent connaître l'existence. Celui-ci n'est pas annoncé et il se situe dans une pièce d'immeuble. Nous avons cru, en arrivant devant la porte sans indication, que nous allions entrer dans un appartement privé. L'endroit était très petit (maximum 9 m²), et géré par une *mama-san* très accueillante derrière le comptoir. Une dizaine d'hommes bien alcoolisés parlaient bruyamment accompagnés d'une musique rétro tout aussi bruyante. L'ambiance était très chaleureuse mais sombre et enfumée. La décoration était surchargée (pochettes de disque vinyle et affiches à l'effigie d'une ancienne chanteuse), ce qui donnait le sentiment d'avoir pénétré une pièce encore plus exiguë. La personne qui nous y a emmenée semblait être un habitué et nous avons été accueillie chaleureusement. Un homme très enthousiaste et apparemment ivre nous a partagé ses expériences de voyages, ce qu'il aime, etc. Cela a été très intéressant de vivre cette ambiance très contrastée où les hommes semblent se sentir très à l'aise et « bavards », contrairement à ce que l'on observe au quotidien. La moyenne d'âge nous a semblée assez élevée.

4.1.5 Les *gāruzu bā* 「ガールズバー」

Il y a plusieurs échelles et styles en ce qui concerne les différents services offerts par les bars ou les clubs, la clientèle visée, etc.. Les *gāruzu bā* (littéralement : « bars de filles » ou *girls bars*), se situent entre les *kyabakura* et les *snackbars*. Ils se caractérisent par la présence de jeunes filles travaillant à plusieurs, exclusivement derrière le comptoir.

³⁴ « Une mama-san est généralement une femme en position d'autorité, et plus spécifiquement une responsable d'une maison de geisha, d'un bar ou d'une discothèque en Asie de l'Est ». Wikipédia (s.d.) <https://fr.wikipedia.org/wiki/Mama-san>

Elles entretiennent une forme d'animation et des discussions privilégiées mais « générales » avec le client ou le groupe, à la différence des hôtesses de club, dont les pratiques sont plus intimistes (par exemple, aller s'asseoir avec le client). Le client ne restera pas longtemps en compagnie d'une *gāruzu* privilégiée car elles ont un roulement de 30 minutes, selon ce qui nous a été expliqué.

4.1.6 Les sōpurando (soaplands) 「ソープランド」

Nous avons d'abord découvert l'existence et l'usage des *soaplands* en discutant avec un membre avec qui nous étions en échange de langue³⁵. Nous avons par la suite abordé le sujet avec plusieurs personnes et nous avons effectué différentes observations concernant ces services, c'est-à-dire tels qu'ils s'annoncent dans des vitrines, des publicités visibles depuis la rue ou sur papier (journaux, magazines, envois postaux); nous avons également effectué des recherches en ligne.

4.1.6.1 Description générale

Bien qu'ils soient présents sur tout le territoire japonais, les *soaplands* se concentrent dans les quartiers de divertissements pour adultes, au même titre que la plupart des clubs d'hôtesses et des *Love Hotels*; et tout comme eux, ils sont également réglementés et autorisés à opérer selon la loi du pays et les lois préfectorales dont ils dépendent. Ils sont aussi situés dans différents quartiers, notamment à Tōkyō, en fonction de la nationalité des masseuses (certaines provenant d'autres pays d'Asie) ou encore en fonction de la qualité de leurs services et de la clientèle visée (bas, moyen, haut de gamme, etc.).

³⁵ Pratique qui consiste à apprendre et pratiquée mutuellement le langage de chacun. Dans ce cas précis, il pratiquait le français et en échange, il nous apprenait le japonais.

4.1.6.2 Services

Les *soaplands* offrent généralement une combinaison de bains, de massages et de services intimes. Les clients peuvent commencer par un bain relaxant en compagnie d'une masseuse qui utilise des techniques spéciales de lavage et de massage visant la détente. Ensuite, un massage corporel complet peut être proposé, suivi éventuellement de services plus intimes. Les détails spécifiques des services peuvent varier selon l'établissement et les réglementations locales. Ils sont strictement réglementés et surveillés par les autorités. Les établissements doivent respecter certaines normes d'hygiène et de sécurité, et la prostitution ou tout autre acte illégal sont généralement interdits. Les services intimes, qui ne comprennent pas de pénétration vaginale ne sont pas considérés par la loi comme de la prostitution. Un client et une employée ont le droit de tomber amoureux et donc de s'adonner à des relations sexuelles en dehors de l'établissement. C'est comme cela que les failles de la loi, interdisant la prostitution, sont exploitées.

Les *soaplands* ont un système de tarification qui peut varier en fonction de la durée des services et des options choisies; ceux-ci peuvent être affichés publiquement ou communiqués aux clients à leur arrivée. Il est important de noter que les services intimes proposés dans les *soaplands* sont généralement payants et ne sont pas inclus dans le tarif de base du massage ou du bain.

Les *soaplands* sont généralement considérés comme des lieux de prostitution notamment parce qu'ils proposent des services de coït (en détournant la législation, comme nous venons de le présenter plus haut).

Montgomery (2022) rapporte le témoignage d'un ouvrier de nuit travaillant dans le quartier de Yoshiwara qui lui explique que les clients paient pour un premier bain avec une

employée, puis louent les services qu'ils désirent. Les services présentent des prix élevés, soit plus de 350 \$ seulement pour le bain (Montgomery, 2022).

4.1.6.3 Services en ligne

La pandémie a également eu un impact sur les établissements et leurs employées dont plusieurs ont développé un profil suggestif sur des plateformes de réseaux sociaux telles Facebook, Line³⁶, et plus particulièrement Instagram. Elles y correspondent avec des hommes par le biais de la messagerie privée et leur offrent des liens permettant de les contacter. Les services proposés ou reçus par les hommes consistent surtout en des échanges vidéo privés ou des échanges verbaux. Elles offrent également de se déplacer au domicile du client pour y dispenser des services de toilette corporelle. On retrouve également certaines annonces de ce type dans des journaux, des magazines et parfois directement dans les boîtes aux lettres des résidences privées. De nombreux marqueurs publicitaires sont également envoyés par le biais des profils des réseaux sociaux, par messages directs ou encore disséminés dans les commentaires en ligne.

4.1.7 Les *pinku saron* 「ピンクサロン」 ou salon rose.

Ce type d'établissement dont le nom est dérivé de l'anglais *pink salon* se spécialise dans les services de fellation; on y sert également des boissons. Les services sont généralement dispensés en cabine, dans un commerce sombre diffusant une musique très forte et de type *uptempo* (soit une musique techno rapide et très énergique). Certains sont « thématiques », c'est-à-dire que les femmes, qui pratiquent le service, y sont

³⁶ Application de messagerie principalement utilisé au Japon qui offre l'achat de stickers et émojis de créateurs et offrent des points, par exemple en échange de lecture de publicité. C'est également une plateforme qui permet l'accès à des chaînes de musique, de télévision et autres services ainsi qu'une carte numérique de paiement acceptée en ligne et dans de nombreux commerces.

« catégorisées » (grosse poitrine, grand-mère, etc.) avec la possibilité de *cosplay*. On observe de nombreux différents noms et dérivés de ce type de salons, mais nombre d'entre eux proposent parmi leurs services, le massage de la prostate.

Montgomery (2022) partage le témoignage d'une « travailleuse du sexe » (ce sont ses mots) qui lui a expliqué que « le simple fait de réclamer un rapport vaginal est considéré comme impoli, voire stupide, car les hommes savent qu'ils peuvent aller dans un soapland pour ça ».

4.1.8 Le Deribarī herusu 「デリバリーヘルス」

Plus communément nommée par la contraction *deriheru* 「デリヘル」, ce service de livraison dit « de santé » (dont le nom est dérivé de l'anglais delivery health) propose des soins réalisés à domicile ou au *Love Hotel*. Les *jin serapisuto* 「人セラピスト」 (littéralement : personne thérapeute) sont des femmes choisies par téléphone, en ligne ou par le biais de catalogues disponibles dans les *Love Hotels*, et « livrées » par une compagnie privée.

Les *jin serapisuto* peuvent offrir des services thématiques variés (*cosplay*, jeux de rôles, BDSM³⁷, etc.) ou des services de « soins de base ». Ces soins sont principalement axés sur le bien-être, la régénération, la « désintoxication » par le massage, la masturbation et autre activité sexuelle, mais pas de relation sexuelle vaginale car cela relèverait de la loi sur l'interdiction de prostitution ou de pénétration (site Internet *deriheru*). Meshida (2021) explique avec humour que les femmes sont en général physiquement très différentes de celles que vous « commandez » dans le catalogue.

³⁷ Ensemble de pratiques sexuelles ou non faisant intervenir le bondage, les punitions, le sadisme et le masochisme, ou encore la domination et la soumission (Wiktionary, n/d)

Contrairement à d'autres types de services satisfatoires, celui-ci semble le plus utilisé et être considéré de « confiance » si l'on se fie aux différents avis et commentaires laissés sur différents sites. Le service est payé à une société physique privée, ce qui rassure quant aux risques d'arnaque monétaire. De même, les allégations de santé seraient confirmées du fait que les employées reçoivent une formation et des examens médicaux certifiés.

4.1.9 Autres types de services visant la clientèle masculine

La présente section, qui ne se veut en aucun cas exhaustive, présentera très succinctement certains de ces services. Nous commencerons en présentant une alternative commune, mais de « grade » différent en regard aux services précités., avant de poursuivre en décrivant des services qui nous ont semblés plus rares, mais largement médiatisés à travers les réseaux sociaux, la télévision, dans des blogues ou des reportages, leur traitement médiatiques allant de très sérieux à loufoque. Nous n'avons eu connaissance de ces services qu'à travers des ressources secondaires.

La plupart de ces autres types de services associés à un contact physique semblent avoir disparu durant et par suite de la pandémie de COVID.

4.1.9.1 Un service « *Dormir avec et sur* »

Ce service tarifé (à la minute, à la demi-heure ou à l'heure) offre la possibilité de dormir à côté, en tenant la main ou sur les genoux de jeunes filles habillées selon différents thèmes « usuels » de *cosplay* (*bunny*, écolière, soubrette, nuisette, etc.). Il existe également des magasins qui offrent, depuis une vingtaine d'années, des oreillers « genoux de fille » pour hommes et « bras d'homme » pour femmes.

Figure 15

Oreillers partenaires



Notes : cette image a été, et est toujours véhiculée sur les réseaux sociaux, blogues et sites Internet. La source la plus ancienne que nous avons trouvée est présentée dans un article de la RTV Slovène du 15 décembre 2004.

Source : MMC RTV SLO (2004)

4.1.9.2 Nettoyage d'oreilles

Toujours dans ce même type de conditions, des hommes se font nettoyer les oreilles avec leur tête posée sur les genoux d'une fille.

4.1.9.3 Bar à lait

Nous avons eu connaissance par les médias japonais, d'un bar proposant du lait maternel tiré en amont ou bu directement à la source moyennant différents coûts.

4.1.9.4 Bar « d'exposition »

Un bar propose des filles qui vont boire des boissons ou manger une crème glacée devant des hommes isolés individuellement par des panneaux transparents. Chacun est également servi sans contact au moyen d'une trappe. Plus l'homme paie cher une boisson, plus celle-ci sera goûtee de façon explicite par les jeunes femmes. Certaines portent un tenue très courte ou de type maillot de bain et vont également coller leur poitrine ou leurs fesses aux panneaux.

Autre type de service de ce genre, des serveuses légèrement vêtues évoluent derrière des vitres sans tain afin d'être observées par les hommes auxquels on interdit de parler.

4.1.9.5 Les maid cafes (*meido kafe* 「メイドカフェ」) ou maid kissa 「メイド喫茶」

De nombreux établissements de ce type, dont le nom dérivé de l'anglais *maid*, proposent des services s'inscrivant dans une relation maître-servante. L'accueil s'y fait généralement par l'expression très honorifique « Okaerinasaimase goshujin-sama » (« Bon retour à la maison, maître »). La clientèle, majoritairement masculine, y est accueillie et servie par des jeunes filles entre 16 et 25 ans, habillées en *cosplay* (de type uniforme de soubrette), entonnant par moment des chants aux sonorités aiguës (s'apparentant à ceux de personnages d'*anime*), et offrant de jouer à des petits jeux. La servante va aussi faire des petits dessins sur le repas, ou la pâtisserie ou la boisson du client. Elle exagérera fortement l'aspect mignon (*kawaii*, 可愛い³⁸) de son rôle.

Le toucher étant strictement interdit, il n'y a absolument aucun contact direct, ce qui rappelle les principes du service dans les clubs cabarets et les clubs d'hôtesses, mais transposé dans une ambiance qui relève plus de l'*anime* ou du manga.

Nous proposons un extrait d'une expérience réalisée *in situ* par deux vlogueurs de renommée (un Français et un Franco-Japonais) et qui permet selon nous de mieux apprécier l'ambiance, les services et la clientèle d'un maid cafe; de fait, sans ce genre de témoignage, il est difficile de transmettre cette expérience culturelle dans sa complexité et son entiereté. Le lien suivant : [« 48H à Tokyo! »](#) (Sora, 2019) permet d'accéder à une vidéo montrant le phénomène culturel très commun au Japon que représente le *maid cafe*. Cette ressource est

³⁸ Soit : précieux, mignon ou adorable.

exceptionnelle car une autorisation spéciale doit être obtenue afin de filmer l'intérieur de ces établissements et les personnes qui s'y trouvent.

Bien que moins courantes, différentes versions dérivées du concept affichent des *maids* typées (p. ex. obèses ou plus âgées) ou s'adressent à une clientèle féminine; le service sera alors dispensé par des jeunes hommes, également en cosplay de serviteur ou encore des hommes habillés en maid. Les établissements appartenant à la version « petite sœur » (*tsundere kafe*, ソンデレカフェ) serviront les hommes de façon désagréable, notamment en leur lançant les menus et en s'adressant à eux très informellement. D'autres proposent des *maids* qui crieront et frapperont le client – qui aura payé expressément pour recevoir ce traitement – en mimant la jalousie dès lors qu'il regarde d'autres serveuses.

Certaines *maids* populaires offrent la vente de produits dérivés en ligne (par exemple, gâteau dessiné et vendu en conserve) et font de courtes vidéos.

4.1.9.6 La location de petite amie

Il est possible de louer une jeune femme ou une femme mature qui fera office de petite amie pour une heure, un repas ou la journée. L'homme la traitera comme tel en passant une journée de type « romantique » : balades, magasinage, conversation, possibilité de se tenir la main, chacune de ces actions étant monnayable. Il est également possible d'utiliser ce service pour pratiquer une activité ensemble ou pour participer à des réunions, etc.

De nombreux sites Internet proposent ce type de services; on peut y consulter les portraits et les coordonnées des petites amies. Ce service qui est également publicisé dans des magazines ou des dépliants dans les boîtes aux lettres, est aussi offert aux femmes qui souhaitent louer un petit ami.

4.1.9.7 Le papa-katsu パパ活/littéralement : « activités de papa »

Dans la même orientation que les « *sugar daddy* » en Occident, ce sont principalement des jeunes femmes qui vont se faire entretenir financièrement et se faire offrir des cadeaux par des hommes plus âgés pour des rencontres de court à plus long terme.

4.2 LES RESSOURCES SATISFACTORIRES MATÉRIELLES

Nous présentons ici les commerces tout publics, y compris les distributeurs automatiques que nous avons observés. Nous les avons inclus dans cette catégorie, puisque ce sont des points de vente en libre-service situés dans les espaces publics. Les commerces présentés ne sont pas les seuls à proposer des ressources satisfactories à la vente, mais ils font partie des magasins les plus présents au Japon.

4.2.1 Librairies

Nous avons été surprise du grand nombre de librairies et de l'ampleur de certaines (qui occupent parfois plusieurs étages). Les Japonais de tous âges semblent lire beaucoup. Ces commerces offrent de la lecture et d'autres produits (accessoires d'écriture, papeterie, etc.). Il n'est pas rare qu'on s'y rende pour se promener, feuilleter et lire sur place. L'ambiance pourrait être comparée à celle d'une bibliothèque publique, mais animée – notamment par la diffusion d'une musique entraînante –, où l'on observe des personnes en mouvement et d'autres statiques devant les rayons, des personnes généralement seules ou qui échangent discrètement à deux (rarement plus) ou avec les vendeurs. Ces lieux offrent un singulier mélange de quiétude (personnes dans leur « bulle »), de sons musicaux et de mouvements constants (ceux qui cherchent, les vendeurs qui répondent ou qui placent les produits).

Celles que nous avons visitées offraient la possibilité de s'asseoir à une table ou dans un espace pour lire ou feuilleter des articles avant de les acheter (livres, mangas, revues), parfois avec la possibilité de consommer un café ou un thé. Sy (2022) présente une de ces librairies.

La plupart des personnes, y compris nous-mêmes, sont en mouvement entre les rayons et s'arrêtent pour lire ou feuilleter debout devant les étagères. Cette autorisation de lire debout gratuitement est un aspect culturel très répandu au Japon. Il est également pratiqué dans les *konbini*. Cette pratique s'appelle le *tachiyomi* 「立ち読み」 mot formé de *tachi* 「立ち」 (littéralement : debout) et de *yomi* 「読み」 (lire). Cet aspect culturel est très pratiqué, suffisamment pour avoir entraîné la création d'icônes d'interdiction pour les commerces ne le souhaitant pas qu'il soit pratiqué : 

Ces librairies, qu'elles soient de plain-pied ou sur plusieurs étages, quand c'est le cas, offrent différentes sections dont les mangas, les livres et les magazines érotiques. Ceux-ci sont également libres d'accès. Nous avons vu surtout des jeunes hommes et des jeunes femmes y pratiquer le *tachiyomi* et plus particulièrement aux rayons des mangas.

Lors de notre première visite en compagnie d'un ami occidental, notre compréhension du japonais était très limitée. Nous avons ainsi été surprise quand nous avons réalisé que nous nous tenions depuis plusieurs minutes dans le rayon des *yaoi*³⁹, alors que nous croyions simplement parcourir les multiples rayons de mangas. Cet épisode nous a marquée car notre ami occidental s'est senti un peu mal à l'aise en le réalisant et nous en avons bien ri.

³⁹ Aussi appelé *boys love* (BL), ce genre, dans la culture populaire japonaise, rassemble des œuvres de fiction centrées sur les relations sentimentales et/ou sexuelles entre hommes (McLlland & Welker (2015).

Figure 16*Tachiyomi en librairie*

Source : Hoogeveen, (2011)

Figure 17*Tachiyomi au konbini*

Source : Kazuhiko (s.d.)

4.2.2 Les konbini

Les konbini sont des commerces de proximité de type dépanneur ou superette ouverts 24h sur 24 et 7 jours semaine. Omniprésents et populaires, ils offrent une vaste sélection de produits répondant aux besoins quotidiens (boissons, aliments préparés, collations, articles de toilette, produits de nettoyage, papeterie, produits électroniques, médicaments en vente libre, masques de protection, cartes d'appel, etc., ainsi que de l'alcool et du tabac) (Nippon.com, 2016). Chaque enseigne propose quotidiennement une variété de plats et d'aliments préparés, des plats chauds, des services de micro-ondes, du café frais, de l'eau chaude, etc. Des couverts en sachet (généralement baguettes et une cuillère) et des serviettes (humides ou sèches en sachet) ainsi qu'un service de réchauffage au micro-onde sont offerts au moment du paiement. Il y a également un petit espace pour manger sur place et des toilettes. Ils proposent aussi généralement un guichet automatique bancaire, une imprimante, des services de paiements de taxes (gaz, cotisations, etc.), d'achats de billets de concerts ou autres, ainsi que le dépôt et le retrait de colis.

Par cette énumération, nous souhaitons fournir une représentation concrète de l'achalandage important de ces lieux et de la diversité de leur clientèle (tout le monde va au *konbini*). Il s'agit donc de commerces omniprésents et essentiels dans la vie au quotidien des Japonais. Leur accessibilité, leur vaste sélection de produits, leurs aliments préparés de qualité et leur rôle social constituent des éléments clés de la culture de consommation au Japon. Chaque enseigne de *konbini* présente une structure organisationnelle de l'espace et des produits qui se répètent quasiment à l'identique dans chacun des autres *konbini*, quelle que soit la ville. La seule exception peut concerner la proposition supplémentaire d'un produit plus local. Sugoi Japan (2022) présente l'un des plus populaires.

Le rayon d'imprimés (journaux, mangas, revues, magazines), généralement situé près de l'entrée, offre des revues érotiques ainsi que des magazines qui s'adressent aux hommes et présentent des conseils sur des thèmes tels la sexualité, la séduction, les ressources satisfatoires, etc. Ce rayon se situe en général proche de l'entrée. Nombre de personnes les feuillettent les publications ou les lisent debout sur place. Il n'y a pas de distinction particulière entre les revues à caractère sexuel ou explicite; toutes sont à hauteur du regard d'un enfant et ne sont pas séparées des autres, si ce n'est que par une planche plastique écrite en noir et blanc (ou vert et blanc), comme le montre la figure 18. Elles sont ainsi à la vue de tous. De plus, si vous ne pouvez pas lire le japonais, il est difficile de distinguer les revues à caractère sexuel des autres imprimés car les pages de couverture de ces derniers présentent aussi parfois un caractère sexy. Cependant, les pages des revues à caractère pornographique sont scellées; il n'est donc pas possible d'en consulter le contenu avant leur achat.

Figure 18

Section magazine, livres et manga dans un konbini



Source: Samson, 2019

Lors de notre troisième séjour au Japon, qui s'est déroulé au moment où le pays se préparait à recevoir les Jeux olympiques (annulés en raison de la pandémie), le gouvernement a demandé aux grandes enseignes de *konbini* de bien vouloir retirer leurs revues pornographiques ou de leur trouver un emplacement distinct afin de ne pas choquer ni perturber les étrangers attendus lors des événements, spécialement à Tōkyō et dans d'autres villes et quartiers plus fréquentés.

Cette requête a été respectée, mais elle a soulevé une vague d'étonnement et de curiosité et est rapidement devenue un grand sujet de conversation au travail, dans les sphères privées et à la télévision. Nous en avons également parlé entre amis et collègues et la demande semblait intriguer, voire amuser, la plupart des gens, qui ne pensaient pas que la présence de ces imprimés dans des commerces de proximité pouvait choquer ou déranger qui que ce soit. Cet étalage des revues à caractère sexuel dans les *konbini* a toujours été présent, et ce, depuis qu'ils sont enfants, sans que cela ne semble les déranger ni les choquer, tout comme ceux qui en font la lecture sur place (et dont il a été question à la section 4.2.1).

4.2.3 Magasin tout public Don Quijote「ドン・キホーテ」

Appelé plus communément *Donki*, il s'agit d'une chaîne de magasins de vente au rabais populaire au Japon. Elle propose une vaste gamme de produits à des prix abordables. Ces très grands magasins offrent des aubaines; une ambiance très animée (presque assourdissante) et des allées chargées et assez étroites y attendent les clients. Comme il est possible de ne pas y payer les taxes, ces magasins attirent également les touristes.

Le magasin propose une section, voire, pour certains, un étage complet, avec uniquement des produits pour adultes très colorés et ludiques ainsi que des objets plus classiques pour femmes et hommes. Nous y sommes également « tombée dessus » en parcourant les différentes allées.

De nombreux objets à usage sexuel ressemblent à des jouets ou des bibelots et il est difficile d'en comprendre leur usage au premier abord. Il y a également des déguisements *cosplay* et autres panoplies en tout genre.

4.2.4 Les pharmacies

Les pharmacies offrent une grande diversité de produits de santé et de bien-être. On peut également y trouver de la nourriture fraîche et de l'alimentation générale. Tout comme dans les *konbini*, mais à plus grande offre, il est possible d'y trouver de nombreux compléments pour soutenir ou augmenter l'énergie (physique et/ou cognitive) ainsi que la vitalité masculine.

Nous avons également pu y voir des tablettes offrant différentes sortes de *Tenga*⁴⁰ (matériel pour usage onanique pour homme) et d'autres produits satisfatoires dont nous n'avons pas compris l'utilisation.

⁴⁰ Nous réservons une présentation plus approfondie de l'environnement Tenga à la section 7.6.7

4.2.5 Les machines distributrices

Malgré l'omniprésence des konbini, il y a des machines distributrices qui occupent chaque coin de rue, souvent plusieurs côté à côté. Elles se retrouvent également dans les gares, sur les quais de toutes les stations, dans les complexes commerciaux, les lieux publics, les universités, les temples, etc.; en résumé, vraiment partout. Elles proposent généralement des boissons fraîches ou chaudes (thé, café, boissons fonctionnelles, etc.), mais rarement des sodas sucrés ou des barres chocolatées, comme dans les distributrices que l'on retrouve généralement en Occident. Il y a des machines distributrices pour absolument tout, y compris des choses hors du commun dont nous présentons un simple aperçu.

Par exemple, il est possible d'y trouver de la nourriture chaude ou froide de type (hot dog, sandwichs, plats à base de riz, curry, hamburgers, nouilles ramens chaudes, ainsi que toute sorte de viennoiseries, gâteaux en boîte et autres collations sucrées, fruits frais, mais également des insectes séchés comestibles de type grillon, scorpion, etc.), des parapluies, des produits de santé et bien-être ou encore électroniques, mais également des machines distributrices plus pour offrir des souvenirs pour touristes (porte-clés, cartes postales, petits articles aimantés, petits jouets et figurines).

Il y a des spécialistes dans chaque région, et plus souvent unique, par exemple, celle qui distribue de la viande d'ours noir pendant la saison dans la préfecture d'Akita dans le nord du Japon (Semboku, 2023).

Il y a également des spécialités plus spécifiques à certains quartiers, mais plus rares et qui s'adressent davantage à une clientèle adulte. Lorsque nous marchions avec une connaissance, nous avons vu une petite machine distributrice de petits objets sous forme

de phallus en plastique. Ce n'était pas dans un quartier achalandé, ni l'un ni l'autre n'avons pu comprendre leur usage et rien n'était écrit.

Il existe également des machines distributrices de petites culottes usagées qui offrent cette marchandise selon des catégories précises : déjà portées, catégories d'âge incluant les étudiantes, types de souillures et parfois des photos. Ces machines peuvent aussi se présenter sous la forme de *gashapon* 「ガシャポン」, c'est-à-dire que les articles y sont gardés dans des boules en plastique, un peu comme celles qui permettent d'acheter des jouets, des figurines et d'autres articles sans savoir à l'avance ce qu'on recevra. Il semble toutefois que ce type de distributeurs se fait de plus en plus rare.

Outre ces distributeurs en vue d'activité sexuelle, onanique ou de collection, il y en a aussi qui proposent la rencontre de partenaire comme nous l'a partagée une amie. Pour environ 20 \$, vous pouvez choisir une canette ornée d'une photo de la personne et contenant ses coordonnées, un code QR, etc.

En 2019, Tokyo Reporter rapportait que la compagnie japonaise Tenga (premier fabricant de produits d'onanisme, du même nom, pour homme au Japon) ouvrirait ses premiers distributeurs automatiques dans la préfecture d'Hokkaido. Ces dispositifs se trouvent dans un endroit séparé de l'espace commun par un rideau annonçant Tenga et sont pourvus d'un système spécial qui permettant de vérifier si l'acheteur a plus de 18 ans.

4.2.6 Amazon Japon

Ce site propose une panoplie importante de produits satisfatoires à caractère sexuel, qu'il s'agisse de vidéos érotiques ou pornographiques, de livres, de mangas, de vêtements de cosplay, de lingerie, de jouets pour adultes hommes ou femmes, de simulateurs, de faux

corps en silicone (des « secondes peaux » à porter par-dessus son propre corps) et des *Love dolls*⁴¹ (corps de femme avec ou sans tête, sur lesquelles nous reviendrons en [5.6.6](#)).

Nous avons toutefois constaté qu'Amazon Japan exige la confirmation que l'acheteur ait plus de 18 ans quand nous avons effectué une recherche avec les termes *Love doll* et *sexdoll* afin de pouvoir y accéder, contrairement à d'autres sites de la même multinationale, tels les sites états-unien ou canadien – qui ne semblent proposer que des « morceaux » et non des corps entiers – et le site français, qui semble se limiter aux offres de jouets pour adultes.

4.2.7 Magasins publics pour adultes

Les magasins pour adultes ont pignon sur rue au Japon, mais ne s'affichent pas sous le nom de *sex-shop* ou boutique érotique, mais comme magasins pour adultes *adaruto shoppu*⁴² 「アダルトショップ」. Parfois, leur simple devanture et la réputation de leur nom suffit; c'est par exemple le cas de Tenga. Il est toutefois généralement précisé que le lieu offrant à la vente de la marchandise pour adultes, il est interdit d'y entrer si l'on a moins de 18 ans.

4.2.7.1 Le plus célèbre : M's Pop Life

M's Pop Life (figure 19) est le plus célèbre magasin pour adultes de Tōkyō en raison de son envergure et de ses produits. Il est devenu une attraction touristique largement cités dans les médias occidentaux, par des blogueurs et des youtubeurs et dans des sites de référence.

⁴¹ Nous avons choisi de le présenter ici sous sa forme en nom propre puisque nous le traitons ici comme une entité.

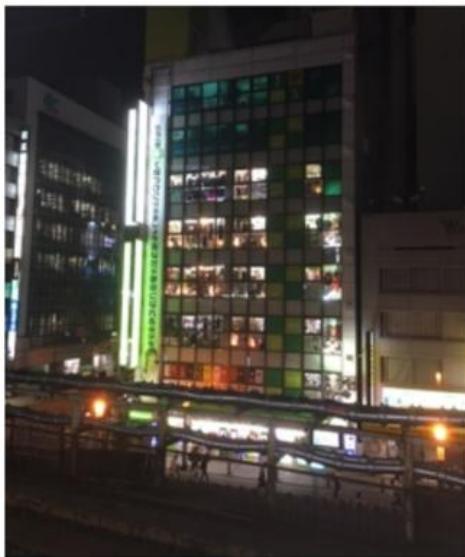
⁴² Traduction littérale : adult shop

Nous avons choisi de le décrire car ses produits sont représentatifs de tout ce qui se fait comme ressources satisfatoires particulièrement pour hommes vendus au Japon et que l'on peut trouver auprès d'autres ressources, par exemple les *Love Hotels*, les sites web de ventes spécialisés ou grand public (comme celles que nous avons déjà mentionnées) en ligne. D'après les témoignages publics que nous avons consultés, l'intérêt de ce magasin réside dans le fait qu'on n'éprouve aucune gêne à y entrer et que le personnel de vente accompagne le client et lui décrit très simplement les produits.

Les Occidentaux parlent quant à eux d'un choc culturel agréable du fait de l'agencement et de l'ambiance générale du magasin qui est accueillante, colorée et animée, mais très surprenante de par certains produits uniques à la culture nipponne. Il est à noter que, en général, leur imagination d'un *sex-shop* s'apparente à un endroit glauque et mal fréquenté (Tev-ici Japon, 2023).

Figure 19

Sexshop M's Pop Life, Tōkyō.



Source: Photo personnelle

Ce magasin, très achalandé, affiche entre autres un règlement à l'effet que tout acte de traque furtive (stalking) ou à caractère sexuel est interdit et sera rapporté immédiatement à la police. De même, M's Pop Life n'autorise pas les photos et vidéo ou la diffusion en continu (streaming). Cependant, au vu des contenus qui circulent en ligne, ce règlement n'est pas toujours respecté par les Occidentaux. Toutefois, celui-ci a ouvert ses portes en formule visite privée à Benoît Theveny, alias Tev, de la chaîne YouTube Ici Japon, qui a documenté le sujet accompagné de Mitsugi (Tev, 2023). Nous avons pu compléter et vérifier nos connaissances grâce à ce documentaire.

Le magasin occupe sept étages, chacun se consacrant à une thématique ou à une gamme de produits spécifique, le tout dernier étant occupé par les articles de *cosplay* féminin en tout genre (différentes professions traditionnelles, uniformes scolaires de tous niveaux, références aux *idols*⁴³, aux *animes*, aux mangas, aux religions, etc.) et leurs accessoires. Ces *cosplays* féminins sont également offerts en taille pour hommes, qui les utilisent aussi pour eux-mêmes.

De la même façon, le cinquième étage offre de la lingerie (femme, homme, unisexe) de différentes qualités et prix et pour tous les styles. Les clientes qui se prennent en photo avec la lingerie achetée et la laissent être affichée dans ce même rayon se voient offrir entre 20 et 30 % de rabais; de fait, selon Mitsugi (Tev, 2023), plusieurs photos de femmes entre 18 et 60 ans ornent ainsi le magasin.

Le quatrième étage est quant à lui réservé à la très vaste gamme de préservatifs et de lubrifiants qui arborent toutes sortes de contenant prenant la forme de produits du

⁴³ Un-e- *Idol* (*aidoru*) [アイドル] est une personne ou une chose qui est la cible d'admiration, une personne jouissant d'une base de fans passionnés, une (ex-)jeune célébrité du monde du show-business, le plus souvent artiste de la chanson (solo ou au sein d'un groupe) et/ou vedette de cinéma.

quotidien. On y trouve également des accessoires tels des phallus vibromasseurs ainsi que différents types de jouets sexuels aux designs atypiques, voire artistiques, qui ne laissent pas deviner leur usage au premier abord. Theveny (2023) explique que, personnellement, cela lui donne plus envie de collectionner et d'utiliser certains d'entre eux pour d'autres usages, pour par exemple décorer.

Le troisième étage est consacré au matériel sadomasochiste et fééichiste; le deuxième, aux objets onaniques pour hommes, qui constituent une catégorie nommée *onahoru* 「オナホール」, *ona* pour onanisme et *horu* (*hole*) pour orifice.

Alors que le premier étage (rez-de-chaussée) offre que les produits du même style mais uniquement de la marque Tenga, le sous-sol est réservé aux *Love dolls* et *sexdolls* ainsi qu'à leurs dérivés, de même qu'à une section de distributeurs automatiques proposant des petites culottes usagées (plusieurs types de souillures et de catégories) chacune vendue dans une boule « surprise » en plastique (du même type que ceux mentionnés en 4.2.5). Avant la pandémie de Covid, cet espace était dédié au DVD et aux rencontres dédicaces avec des actrices et acteurs du monde de la vidéo pornographique.

4.2.7.2 Autres magasins dédiés aux adultes

De façon générale, il existe deux types de magasin exclusivement réservés aux adultes, l'un qui vend tous les produits centrés sur la satisfaction sexuelle et les produits récréatifs comme *M's Pop Life* que nous avons présenté et l'autre plus centré sur la vente de produits audiovisuels (de DVD à réalité virtuelle VR), livres (mangas, magazines) et de jeux. Ces derniers sont des *seru bideo shoppu* 「セルビデオショッピング」(de l'anglais *sell -video-shop*) ou comme on les nomment plus communément, des *seru-ten* 「セル店」(magasins de

vente). Les autres sont des *shoten* 「***⁴⁴書店」(librairies) car elles s'affichent comme telles. Presque toujours ouvertes, à l'instar des *konbini*, ces échoppes, qui se situent au bord des routes, donc en dehors des quartiers, proposent aussi des séances de rencontres avec des femmes ou cosplayeuses de l'industrie pornographique ou érotique.

4.2.8 Les « cabines »

Nous ne connaissons pas le nom exact de ces espaces, mais nous en avons vu plusieurs ayant pignon sur rue lors de nos déambulations dans le quartier des affaires de Tōkyō. Plusieurs personnes nous en avaient parlé et une amie les a identifiées pour nous, car notre Japonais n'était pas suffisant à ce moment-là et, malgré leur vocation, aucune des devantures et enseignes ne nous permettait de déterminer leur usage. À nos yeux, ils ne se distinguaient pas d'autres devantures de magasin.

Ces cabines proposent aux hommes une place pour se livrer à l'onanisme en regardant des films, en s'adonnant à des jeux, impliquant ou non l'utilisation d'un casque de réalité virtuelle. Tout le confort semble proposé, y compris les accessoires le nécessaires (par exemples, choix de lubrifiants, produits de nettoyage et de soins, etc.). Le client peut aussi bénéficier de simulateurs Tenga ou autres produits de masturbation.

Il semblerait que ces lieux soient utilisés par les hommes afin d'évacuer leur stress ou leurs frustrations avant de rentrer chez eux ou de retourner au travail.

4.2.9 Les *Rabudōru* 「ラブドール」 (*Love doll* soit littéralement : poupée d'amour)

Les *Love dolls* sont des poupées grandeur nature conçues pour être utilisées dans des contextes sexuels. Elles sont généralement fabriquées en silicium ou en élastomère

⁴⁴ *** remplace le nom que portent ces librairies spécialisées, dépendamment du secteur ou de la préfecture.

thermoplastique pour imiter la sensation de peau humaine. Très loin de leurs « ancêtres » les poupées gonflables (qui existent toujours), celles-ci sont très réalistes et équipées de fonctionnalités avancées. Certaines, qui semblent encore rares et toujours en développement, possèdent des capteurs de mouvements, des voix programmables et même des intelligences artificielles rudimentaires, ce qui leur permet d'interagir, d'une certaine manière, avec leurs utilisateurs.

Ces poupées font parler d'elles en raison de leur appartenance au divertissement pour adultes, mais également dans les milieux artistiques. Au Japon, nous avons pu voir leur utilisation comme « mannequin » pour des photographes ou des magasins spécialisés. Selon l'un des premiers créateurs et vendeurs de ces poupées, elles sont également vendues pour la formation en soins infirmiers et en dentisterie, de même que lors de la reproduction d'incidents à la demande de la police.

Plusieurs émissions japonaises, y compris les téléjournaux, les ont présentées plusieurs fois dans différents contextes que l'on pourrait qualifier d'« affectifs ». Par exemple, un homme marié en possédant plusieurs, qui passe ses journées à les mettre en situation comme des « humaines »; celui-ci les lave, les habille, leur fait la conversation, les « nourrit » etc.)⁴⁵. Sans comprendre ce qu'il disait, nous avons néanmoins pu observer – tout en gardant en tête qu'il s'agit là de notre propre interprétation – beaucoup de tendresse et un air de fierté chez cet homme. Nous avons également vu, dans ces émissions, un homme qui vivait seul avec sa poupée et la considérait comme sa compagne à part entière. Nous avons également vu le mariage d'un autre homme avec sa poupée et on nous a expliqué qu'il ne s'agissait pas de la première occurrence de ce genre d'événement. Aux

⁴⁵ Depuis notre retour du Japon, nous avons pu voir également ce type de reportage et de comportements dans des émissions d'investigations occidentales.

nouvelles du matin (7h30) nous avons aussi vu un homme présentant son quotidien avec sa poupée, c'est-à-dire qu'il faisait ses courses avec elle, allait se promener ou s'asseoir dans un parc, etc.

Ces poupées sont tellement réalistes qu'il est arrivé aux pompiers ou à la police d'être sollicités par des passants qui pensaient avoir vu le corps d'une personne flotter dans l'eau.

Une catégorie de *Love dolls* représentant de jeunes filles prépubères et disponibles légalement a été placée sur le devant de la scène par les médias occidentaux. L'achat d'un exemplaire par un Canadien avait par ailleurs lancé de nombreux débats et commentaires en ligne. Ce n'est pas un cas isolé mais qui demeure rare, leur achat étant illégal au Canada (Mathieu, 2019, 2023).

Il y a eu de nombreuses entrevues du créateur japonais de celles-ci, qui les présente comme des objets pouvant canaliser les personnes à tendances pédophiles et ainsi les détourner du passage à l'acte auprès de vraies personnes telles qu'en témoignent les nombreuses lettres qu'il reçoit. « Grâce à vos poupées, je peux éviter de commettre un crime » (Takagi, dans Morin, 2016). La plupart des commentaires des usagers sur le site de vente du créateur expriment la même chose et le remercient de sa compréhension. Le créateur précise également que ce ne sont pas des objets sexuels pour adultes et n'offrent pas la possibilité de relation sexuelle.

Au Japon, les *Love dolls* peuvent être créées sur mesure. En outre, plusieurs actrices du monde de la pornographie ont accepté que leur corps soit reproduit pour la création de poupées sexuelles à leur effigie. Il est à noter que nous n'avons pas vu de proposition de *Love doll* masculine dans l'espace ni dans les espaces publics. Nous avons cependant

constaté un nouveau service offert par une artiste qui consiste à transformer de vraies personnes en *doll* à leur demande et les prendre en photo dans des positions « inanimées ».

Cette caractéristique de « dollisation » commence à se répandre sur les réseaux sociaux ainsi qu'en tant que catégorie spécifique d'objets de films pornographiques. Les *Love dolls* sont également des sujets de contenus thématiques offerts dans l'industrie pornographique.

Les *Love dolls* sont en vente sur des sites spécialisés, dans les magasins pour adultes comme *M's Pop Life* précédemment présenté, mais également dans des boutiques grand public en ligne comme Amazon. Notons qu'elles sont également offertes à la location et à la livraison sur demande pour des *Love Hotels* comme chez les particuliers.

4.3 MÉDIATISATION DES RESSOURCES SATISFACTORIRES SUR LA SCÈNE CULTURELLE

Au-delà des supports médiatiques déjà évoqués comme les ouvertures de chaînes YouTube et les médias sociaux, il existe de nombreux autres espaces où l'on peut trouver ces ressources. On retrouve, entre autres, des espaces de diffusion en continu privatisés ou non (p. ex. la plateforme Twitch) et des sites Internet tenus par des professionnels du divertissement pour adultes (hôtesses et responsables de club, actrices du monde de la pornographie, « savonneuses » de *soapland*, les services de *Love hôtel*, location de petit amie, *maid*, etc.).

Ces mêmes professionnels sont également mis en avant à la télévision, particulièrement ceux considérés comme les meilleurs dans leur catégorie, voire ceux classés numéro 1 par leur entreprise (ex. hôtesse, actrice de pornographie). Ceux-ci y sont présentés comme des personnes d'affaires qui ont réussi. C'est à ce titre qu'ils participent ainsi à diverses émissions de télévision de divertissement ou d'autres plus sérieuses, à des

événements publics, ou encore dans des publicités (dans l'espace public et les espaces publics).

Des séries, des *anime*, films et mangas ont déjà fait des productions avec pour thématiques ces types de professions et leur industrie.

4.3.1 Publicité et espaces publicitaires

La publicité japonaise, tout comme la plupart des codes, items et aspects culturels présentés dans cette recherche, mériteraient une étude et une présentation plus approfondie. Nous partagerons donc ici des observations élémentaires afin de permettre aux lecteurs de se faire une image mentale de l'environnement public global dans lequel se fond l'objet de cette étude.

4.3.1.1 Dans les espaces publics

La publicité est omniprésente dans les espaces publics au Japon, que ce soit dans la rue, les gares, les transports en commun, les attractions touristiques, les commerces, etc. Elle occupe quasiment tous les supports et produits à même de la véhiculer. On peut ainsi la retrouver sur des affiches, des écrans tant petits que géants, sous forme d'animation sur un immeuble ou un gratte-ciel, ou encore transmise par des personnes tenant un panneau ou distribuant des mouchoirs gratuits avec une pochette publicitaire, par exemple.

Nous avons été surprise de ne voir aucune image publicitaire *sexy*, érotique ou exprimant un comportement sexualisé comme il est possible de le voir communément au Canada ou en France, par exemple. Elle présente toutefois un caractère unique et très surprenant pour toute personne extérieure au Japon: principalement portée par des héros de manga japonais, de dessin animé américain, des mascottes (nationales, régionales ou locales), des personnalités publiques comme les *idols*, des acteurs, des *hosts et hostess*, des

sportifs, mais également des présentateurs de télévision et désormais des célébrités issues des réseaux sociaux. Il est intéressant de noter que la publicité photo ou dessinée met largement en scène des mannequins occidentaux de type caucasien, africain ou métis, alors qu'au Japon, les étrangers et particulièrement les Occidentaux, ne représentent qu'une très faible partie de la population. Ceux-ci sont mis en avant plus spécialement sur les devantures de magasins et dans les publicités de services de soins et de beauté (ex. dentiste, produits de parfums et maquillage), de vêtements et d'accessoires en général, mais surtout dans les publicités faisant la promotion de l'industrie du luxe.

4.3.1.2 Dans l'espace public

Dans l'espace public, la publicité est là encore principalement portée par des célébrités, des *Idols*, des sportifs et des youtubeurs (exceptés pour les publicités internationales), et ce, à la télévision comme sur Internet.

Publicité à la télévision. Les publicités sont majoritairement orientées sur des personnes (si possible connues) : héros, performeurs (businessmen, travailleurs, sportifs), les femmes au foyer, les jeunes femmes de type « kawaii » 「かわいい」 des jeunes hommes de type « *kakkoii* » 「かっこいい」 qui, pour les deux, nous qualifierions, selon nos expressions occidentales, de « fleurs bleues⁴⁶ », « éphèbes » et « androgynes ».

Ces publicités sont très orientées vers le plaisir, le bien-être et les bienfaits. Quel que soit le produit vendu, il sera présenté de façon sensuelle ou rocambolesque et avec un humour décalé qui fait leurs réputation partout dans le monde. On notera également que le produit n'apparaît qu'à la fin de la publicité, sous la forme du logo de l'entreprise ou

⁴⁶ L'expression « fleur bleue » englobe des connotations et d'expressions de naïveté, sentimentalisme et romantisme : Dans le sens figuré : Être fleur bleue c'est être dotée du moyen de séduire les abeilles (LeRobert dico en ligne).

autrement, et qu'il est parfois difficile de faire le lien entre le contenu de la publicité et le produit dont elle est censée faire la promotion.

Les deux produits les plus prépondérants dans les publicités, la nourriture et l'alcool, y sont présentés de façon très sensuelle; ils sont ainsi associés au plaisir et à l'apaisement qu'ils semblent procurer, et ce, tout particulièrement dans le cas de l'alcool et des douceurs (crème glacée, confiserie, sucreries). Ils sont donc associés au plaisir, à l'extase et à la satisfaction.

Au-delà des capsules publicitaires, presque chaque émission de télévision (jeux, documentaires, information) comporte un temps pour le tarento 「タレント」⁴⁷, moment au cours duquel une vedette présente et goûte de la nourriture et des plats cuisinés, que ce soit directement sur le plateau de télévision ou dans les restaurants, les boulangeries, les salons ou même chez les producteurs, ce qui leur apportera beaucoup de notoriété.

Plusieurs émissions se spécialisent dans ce type de contenu; des *Idols* feront la tournée du Japon, afin de présenter des restaurants et des spécialités régionales. Les regarder manger, c'est regarder des personnes qui semblent prendre beaucoup de plaisir, exprimé à grands renforts d'onomatopées, d'expressions faciales et de petits cris exprimant la jouissance.

Ces représentations s'inscrivent dans un contexte où il est commun de voir devant des restaurants, des glaciers, des crêpiers, des camions de cuisine de rue, des exposants dans les festivals ou autres activités, des boulangers ou des bouchers, de longues files d'attente pouvant aller jusqu'à deux heures ou jusqu'à rupture des stocks. Les gens veulent

⁴⁷ Tarento ou talento 「タレント」, de l'anglais « talent », utilisé pour désigner des personnalités qui apparaissent régulièrement à la télévision, à la radio et dans d'autres médias de masse au Japon. (Wikipédia))

goûter des aliments proposés par des lieux réputés en raison de leur qualité et du plaisir que leur offre est réputée apporter.

L’omniprésence et la singularité de la publicité télévisuelle nous ont parfois rendue confuse, à savoir si nous étions encore dans le programme regardé ou la publicité et vice-versa. De fait, quiconque s’expose à la télévision japonaise constatera qu’on y voit communément une publicité suivie du générique de l’émission qui commence, puis à nouveau une publicité. Notons que nous parlons ici de chaînes télévisées publiques et que nous n’avons pas regardé, ou très peu, de chaînes privées payantes.

Publicité sur les réseaux sociaux. Les principales plateformes en ligne (YouTube, Line, Twitch, Facebook, Instagram) diffusent également des vidéos publicitaires (ou bannières). Les créateurs de contenus font de même en partageant, généralement au début de leur vidéo, un espace-temps publicitaire porté par eux-mêmes et mentionnant leurs commanditaires (qui peuvent varier d’une vidéo à l’autre). D’après l’usage que nous en avons fait, il semblerait que, peu importe le type de contenu offert par les Youtubers – pour ne mentionner que ces derniers –, les commanditaires n’accordent de l’importance qu’à la notoriété de ceux-ci (qu’ils soient chanteurs, danseurs, joueurs, « mangeurs », testeurs de restaurants, etc.) et leur nombre d’abonnés.

De nombreux acteurs appartenant à l’univers des ressources satisfatoires apparaissent ainsi dans les espaces publics, que l’on parle des hôtesses de *Kyabakura*, d’actrices du monde de la pornographie ou des *cosplayeuses*. Au-delà de leur performance de « vendeurs publicitaires », ces personnes peuvent également offrir des codes promotionnels permettant d’obtenir une réduction sur des produits, le plus souvent associés au secteur professionnel au sein duquel elles évoluent.

Publicité à caractère pornographique sur Internet. Une des particularités que nous avons observées sur le terrain était le nombre important de publicités visuelles à caractère pornographique annonçant des services, des jeux ou des sites, qui apparaissent dans des fenêtres surgissantes (*pop-ups*) à chaque fois que l'on se branche sur Internet. Notons que cette observation s'est faite lors de l'utilisation d'un ordinateur portable personnel connecté à des boîtiers wifi offerts en location. Pour avoir essayé plusieurs types d'abonnement à ce genre de service, les publicités étaient plus nombreuses lors des séances utilisant une connexion gratuite ou à rabais. Nous ne pouvons avancer aucune explication à ce sujet, mais nous n'avons jamais reçu autant de publicités de ce type au Québec ou en France.

Petites annonces à caractère déviant. Que ce soit en ligne ou dans des journaux classiques, des revues ou encore des publicités glissées dans les boîtes aux lettres, nous avons pu voir de nombreuses offres ou demandes de produits particuliers. S'il est possible de les retrouver dans des sites ou revues spécialisés pour adultes, nous parlons ici d'annonces que nous avons observées ou qui nous ont été désignées dans les espaces publics. Les contenus suivants y ont été observés : un homme qui recherchait des chaussures si possibles très odorantes, déjà portées par des hommes étrangers, des demandes et des offres de différents vêtements scolaires ou de chaussures portées et non lavées; des petites culottes usagées de différentes manières et correspondant à différents âges; de l'eau de bain accompagnées de détails sur la personne qui s'y est baignée; des photos de pieds, des photos de femme nue recouverte de poissons, de pieuvres ou de calamars.

4.3.2 Entreprise privée et médiatisation dans l'espace gouvernemental

Lors de notre premier stage au Japon, nous avons pu prendre connaissance de l’investissement des entreprises privées dans l’espace politique citoyen et gouvernemental. Par exemple, à la suite de la révision d’une loi électorale, le Japon venait officiellement d’abaisser l’âge minimum du vote de 20 à 18 ans. L’élection prochaine de la Chambre haute marquait pour la première fois la participation de ces jeunes électeurs (présentés comme adolescents) au processus électoral. Les partis politiques ont ainsi exploité activement les médias sociaux pour établir un lien avec cette nouvelle population électorale, entre-autres en choisissant comme porte-flambeau des campagnes gouvernementales une jeune *Idol*, actrice et mannequin de 18 ans.

Dans le secteur privé, diverses entreprises ont offert aux nouveaux jeunes électeurs qui présenteraient leur certificat de vote des réductions sur leurs produits, l’objectif évoqué étant d’encourager ces électeurs à s’intéresser à l’avenir de leur pays et à exercer leur droit de vote. Les entreprises qui ont fait le plus parler d’elles, notamment dans la presse internationale, étaient:

- Tsujiri, une entreprise spécialisée dans le thé depuis 155 ans qui avait déjà fait l’année précédente, une offre de réduction sur l’achat d’une crème glacée au matcha pour tout votant;
- Tenga, une plus jeune entreprise fondée en 2005 spécialisée dans la fabrication de produits onaniques pour hommes, proposait aux votants de 18 et 19 ans de participer à un concours pour gagner un Tenga⁴⁸.

⁴⁸ Objet à vocation masturbatoire pour homme

Figure 20

Offre de la société Tenga ciblant les nouveaux votants de 18 et 19 ans.



Source. Tenga [@TengaOfficial] (2016)

Note. L'élection a eu lieu le 10 juillet 2016. Les votants nés après le 2 avril 1997 (soit ayant plus de 18 ans et 3 mois révolus) pouvaient également recevoir deux préservatifs de la marque. Il leur suffisait de tweeter une photo de leur certificat de vote, accompagné du mot-clic #投票行ってTENGA ゲット (Tōhyō itte tenga getto; littéralement : « Allez voter et obtenez un Tenga »), pour être sélectionnés par tirage au sort.

Figure 21

Offre de réduction de l'entreprise Tsujiri pour tout votant (élection 2015).



Source : Tsuji Toshichaho (2016)

4.3.3 Médiatisation des ressources satisfatoires, l'exemple de Tenga.

Les produits Tenga sont omniprésents au Japon. Comme nous l'avons vu, ils sont accessibles dans les commerces publics physiques (par exemple, dans les pharmacies ou les magasins Don Quijote) ou en ligne (par exemple,.. dans Amazon), ainsi que dans de nombreux magasins pour adultes, y compris leurs propres boutiques permanentes et éphémères.

Cette importante visibilité nationale est assurée par des affiches publicitaires placées dans les rues et d'autres espaces publics. Cette médiatisation peut s'accompagner de messages prônant une citoyenneté engagée, mais également de messages de santé, de bien-être et de plaisir. Les produits Tenga sont devenus suffisamment populaires au Japon pour que ce nom soit devenu le terme couramment utilisé pour désigner leur produit satisfatoire onanique pour hommes. De plus, leur design distinctif et les couleurs qu'ils arborent en font des produits suffisamment reconnaissables pour ne plus nécessiter d'être décrits en détail dans les publicités, les expositions ou les campagnes de promotion. Leurs produits dérivés promotionnels profitent des mêmes bénéfices.

Nous avons remarqué que, lorsqu'une personne apparaît dans leurs supports promotionnels en ligne, dans les médias ou dans les espaces publics, ce sont souvent des jeunes femmes ou des couples, alors que les produits développés sont destinés à un usage exclusivement masculin.

Figure 22

TENGA x Keith Haring.



Source. Tenga Co (s.d.)

Figure 23

*Publicité pour les produits de Saint-Valentin et boutiques éphémères Tenga TENGA Chocolate » /TENGA チョコレート/*⁴⁹



Source. Tenga Co (2022)

⁴⁹ Traduction libre du slogan en noir sous les articles : « Façonnez vos sentiments »; en rouge : « Chocolats Tenga ». Au Japon, la Saint-Valentin est une journée où ce sont les femmes qui offrent des cadeaux aux hommes (petit ami, ami ou collègue), généralement des chocolats. Un mois plus tard, soit le 14 mars, c'est au tour du *howaito dē* 「ホワイトデー」, nom dérivé de l'anglais « White Day ») d'être souligné; les hommes ayant reçu un cadeau de Saint-Valentin d'une femme lui en donne un à leur tour. Traditionnellement, le cadeau des hommes doit valoir au moins trois fois la valeur de celui qu'il a reçu.

4.3.4 Festivals et évènements médiatiques

Les festivals sont très populaires au Japon et font partie intégrante de la culture, notamment bouddhiste et hindouiste. Que ce soit pour fêter des événements particuliers, des traditions, honorer les défunts, les divinités, les saisons, l'histoire, etc., il y en aurait entre 200 000 et 300 000 à travers le Japon chaque année, à différentes échelles. Ces événements sont très populaires et attirent beaucoup de monde. Il peut s'agir de défilé dans les rues ou des actes symboliques (par exemple, lancers de lanternes) ou encore l'embrasement des symboles gigantesques, pour être visibles du ciel, qui marquent la fin d'Obon (la fête en l'honneur des esprits des ancêtres) et guide les esprits vers le chemin du retour.

On retrouve également des festivals et des événements liés à l'industrie et à de nombreuses passions (par exemple, musique, films, livres, mangas, *animes*, voitures, *cosplay*, etc.). Nous avons pris connaissance de ces festivals et événements par leur retransmission à la télévision japonaise, par leur publicité dans les transports et en participant à certains.

4.3.4.1 *Kanamara Matsuri* 「かなまら祭り」 (Le Festival de Kanamara) soit « le festival du phallus »

Nous avons pris connaissance de ce festival par les médias occidentaux, qui le désignent sous divers titres récurrents, comme : Festival du pénis; Festival de la fertilité, Festival du pénis de fer, etc. Cet évènement affiche la procession de pénis géants portés par plusieurs personnes depuis un temple shinto. Alors que le pénis de bois est paradé dans le plus grand sanctuaire portable ou palanquin *Mikoshi*⁵⁰ 「御輿」, le pénis de fer noir dans un

⁵⁰ *Mikoshi* / 御輿 (みこし) : sanctuaire portable; palanquin. (jisho.org, s. d.)

Mikoshi en forme de bateau, et le gigantesque pénis rose sur un palanquin surmonté d'un auvent de toile blanche et porté par des hommes, des travestis et des femmes (Kenshin, 2017). Cet évènement s'accompagne de festivités, de déguisements et de la vente de nombreuses reproductions du thème du festival (bonbons, gâteaux, légumes sculptés, lunettes, chapeaux, glaces, etc.)

Les photos les plus suggestives de leur utilisation ou consommation sont celles les plus partagées dans les médias Occidentaux.

4.3.4.2 Ibento 「イベント」(event) et kosupure-fesutibaru (cosplay festival) ou kosupure-fesu⁵¹ 「コスプレフェス」

Le *cosplay* consiste à se costumer ou à se transformer en personnage de manga, d'*anime*, de jeux vidéo, en imitant son habillement, sa coiffure, sa gestuelle, etc.⁵².

Les manifestations de *cosplay* sont très répandues au Japon et se déclinent sous différentes formes; elles peuvent donner lieu à des événements locaux, nationaux et internationaux. Grâce à des concours réunissant des passionnés, certains individus basent même leur carrière professionnelle sur cette pratique. Le phénomène s'associe à de nombreux secteurs du divertissement tels que des festivals ou des conventions dédiées aux arts du manga et de l'*anime*. Ils sont également présents lors de festivals tels que des *cosplay* Halloween comme par exemple le Ikebukuro Halloween Cosplay Festival de Tōkyō.

⁵¹ Cette contraction est plus souvent utilisée.

⁵² <https://dictionary.goo.ne.jp/word>

4.3.4.3 Le komikku-māketto 「コミックマーケット」(Comic Market) ou comiketo 「コミケット」(Comiket).

Nous prenons ici l'exemple de l'un des événements publics des plus connus et des plus fréquentés à Tōkyō, qui rassemble deux mouvements, les amateurs de manga et les cosplayeurs.

Cette convention est un marché du manga amateur principalement à caractéristique sexuelle allant de soft à pornographique et « *hardcore*⁵³ ». Cette convention a lieu deux fois par an avec une convention d'été et une d'hiver. Chacune des quatre journées propose une thématique spécifique avec, par exemple, la journée consacrée au *Yaoi* (dont il a été question plus haut en 4.2.1), qui concernent les relations sentimentales et/ou sexuelles sous le thème de « l'amour entre garçons ». Les *yaoi* sont principalement créés et dessinés par des femmes, pour un public féminin, ce qui fait de cette journée, la plus fréquentée par celles-ci et par les couples. Les *mangas* présentés sont autopubliés et ne passent donc pas par la censure ou une autre forme de limitation externe, excepté la législation de base. La représentation pornographique – par exemple dans le manga *hentai*⁵⁴ –, peut y être très violente, très imaginative et portée par des êtres de fiction.

Le terme *hentai* décrit une catégorie⁵⁵ de mangas, mais également d'*animes* dans lesquels les dessins et les dialogues sont explicites, à caractère sexuel sans équivoque, et

⁵³ ((Pornographie qui)) comprend toutes les formes de sado-masochisme, de bestialité, de tortures et de relations sexuelles avec les enfants. (Grand dictionnaire terminologique, Office québécois de la langue française, dernière mise à jour, 1987).

⁵⁴ Nommé ainsi dans le monde occidental. Au Japon le terme *Hentai* 「変態」 désigne ce qui est « pervers ». Il se traduit littéralement par « transformation, qui passe d'un état normal à anormal ou morbide ». Le terme constitue une abréviation pour « libido pervertie », c'est à dire un état de perversion sexuelle occasionnant un changement de comportement sexuel par rapport à la normale y compris les personnes montrant de telles tendances (Goo, s.d.).

⁵⁵ Description générale selon la catégorie « *hentai* » assignée à l'extérieur du Japon.

qui décrivent des situations érotiques ou pornographiques. Par exemple, les personnages à caractéristiques féminines présentent des attributs surdimensionnés (yeux, bouche et surtout poitrine), portent des vêtements très courts laissant deviner ou montrant une culotte blanche. Les personnages peuvent être des êtres mystiques, irréels, dotés de pouvoir, asexués, sexués, bisexués ou encore mi-animaux, mi-aliens ou mi-divinité et mi-humains. On y dénote également une forte présence de violence, voire d'extrême violence, ainsi que des histoires affectives familiales ambiguës avec la catégorie « jeune sœur » ou encore thérianthropiques sexualisées. Quelques articles associés aux mangas peuvent être également des affiches, des coussins de corps à l'effigie d'une héroïne ou simplement de ses attributs, et autres goodies à caractères sexuels, que l'on fait signer aux artistes.

4.3.4.4 Exposition de cosplay sur les espaces extérieurs du Comiket.

Cette convention attire de nombreux cosplayeurs à l'effigie de leurs héros ou arborant des créations personnelles. Ceux-ci viennent, entre autres, pour se faire connaître et pour montrer leur travail de création. Ils s'exposent volontairement et notamment aux regards de nombreux photographes, généralement amateurs et masculins. Il n'est pas rare de voir de jeunes cosplayeuses entourées d'une dizaine à une cinquantaine d'hommes qui les photographient sous tous les angles, « sous toutes les coutures, vraiment toutes les coutures... », (Tev, 2020). Le comportement de la plupart de ces photographes présente des aspects pouvant être considérés comme déviants en raison du nombre important de photos prises, des angles de vue (par exemple, les entre-jambes), ainsi que le choix des sujets photographiés, c'est-à-dire de jeunes cosplayeuses qui, au demeurant, s'exposent volontairement. Les figures 24 et 25 ci-bas présentent deux situations caractéristiques que l'on peut rencontrer au cours de l'évènement en ce qui concerne ces photographes.

Figure 24

Cosplayeuse Japonaise professionnelle⁵⁶ au Comiket (Natsu komi) 2018



Source : @enako_cos (2018)

Figure 25

Autre cosplayeuse s'exposant à la convention Comiket



Source. Capture sur Tev-Ici Japon (2020)

La convention *Comiket* attire ainsi plus d'un demi-million d'amateurs de mangas majoritairement axés sur des thématiques sexuelles présentées par plus de 20 000 exposants dessinateurs et du *cosplay*. La majorité des visiteurs est constituée d'hommes. Les deux passages suivant de Tev-ici Japon (2020) présentent l'événement et son public, dans ce

⁵⁶ Note. Mise en avant sur les réseaux comme la première cosplayeuse du Japon. Son exposition au festival lui donne de la visibilité et une publicité pour son travail.

premier extrait ainsi que l'attrait des photographes pour les cosplayeurs dans ce second extrait.

Figure 26

Exemple d'affluence d'une des salles d'exposants du Comiket



Source. Capture d'écran de Tev-Ici Japon (mai, 2020).

4.3.4.5 Autres types de manifestations de cosplay.

On retrouve le cosplay dans de nombreux secteurs du divertissement diurne ou nocturne japonais tels que les personnes en *cosplay* dans des *maids cafe* déjà mentionné, des vendeuses dans les magasins, d'autres employées liés à l'univers de l'*anime*, du manga ou des jeux vidéo, distribuant des prospectus devant des magasins et invitant les clients à entrer, ou d'autres qui officient dans le milieu des médias (magazines, publicités, prospectus touristiques, etc.).

Les *cosplayeurs-yeuses* sont également très présents sur les réseaux sociaux et sur différentes chaînes de *streaming*. La plupart incarnent un alter ego de personnage de manga ou *anime* et présentent ainsi une allure et un visage jeune, voire très jeune, grâce notamment aux transformations par maquillage et d'autres artifices (lentilles, colle-paupière, silicone, etc. et parfois filtres sur les photos et vidéos) de même qu'en adoptant des attitudes

« *kawaii* ». Prenons l'exemple de la *cosplayeuse* présentée à la figure 24, qui s'expose et vend sur son site Internet des photos d'elle-même en *cosplay* que l'on pourrait classer dans la catégorie « de charme⁵⁷ ». Elle a également des comptes sur les réseaux sociaux, par exemple X (avec plus de deux millions d'abonnés) et sur Instagram (plus d'un demi-million d'abonnés) où elle s'expose en *cosplay* composés notamment de décolletés suggestifs; elle y publicise ses activités (radio, télévision, *streaming*, vidéos, etc.). Elle fait également des *streaming* des captations participatives (les abonnés offrent de l'argent) sur sa chaîne Twitch et YouTube. Aucun de ses supports médiatiques ne présente un avertissement de limite d'âge.

4.3.4.6 Festival « *porno réalité virtuelle* ».

En juillet 2016, nous avons pris connaissance de ce festival par le biais d'une information virale véhiculée par de nombreux sites d'information en ligne occidentaux (Angleterre, Canada, Espagne, Suisse, États-Unis, etc.), desquels nous recevions des infolettres tels que : Le Monde, le journal dit « de référence », le journal d'information générale 20 Minutes ou encore des tabloïds comme The Daily Mirror. Ces publications présentaient l'annulation du premier « festival porno de réalité virtuelle au Japon » ou « le festival du sexe [...] porno en réalité virtuelle » ou encore « le premier festival Porn VR japonais ». Ces différents journaux, ainsi que des sites spécialisés dans les jeux ou la réalité virtuelle, annonçaient respectivement « l'annulation, la fermeture, la suspension ou encore l'évacuation du festival en raison d'une affluence massive de visiteurs à l'intérieur comme en attente à l'extérieur ».

⁵⁷ Ce style charme s'apparente beaucoup au « glamour » mais pousse encore plus la note vers la séduction. La tenue vestimentaire, le maquillage et la coiffure sont essentiels et la personne doit être très à l'aise pour montrer une attitude très séductrice et sensuelle, voire au point de limite sexuelle sans passer au-delà du charme. Champagne (2019).

Aucun de nos collègues, ni aucune de nos connaissances japonaises, n'avait entendu parler de ce festival du « porno⁵⁸ VR ». De fait, notre responsable de stage, le professeur Ishizuka, nous a demandé de bien vouloir en parler dans une présentation lors d'un séminaire donné pour le *Correction and Rehabilitation Research Center* et le *CrimRC* de l'Université Ryukoku, afin d'aborder spécifiquement le traitement médiatique occidental du sujet en question.

Personne n'a exprimé d'étonnement ni de jugement de nature négative. Les participants n'étaient pas étonnés de l'afflux de personnes et ni de la fermeture du site d'accueil du fait qu'il était déjà plein et que l'arrêt de l'activité semblait être une mesure de sécurité légitime. Ils ont par ailleurs trouvé vraiment intéressant le développement de ce type de nouvelles technologies. Cependant, ils ne semblaient pas comprendre le traitement médiatique occidental; certains l'ont même désapprouvé. Quelques-uns d'entre eux en semblaient vexés, même si cela n'a pas été exprimé verbalement. Au cours de nos recherches et analyse sur le sujet, nous avons finalement su, par le biais d'Internet en trouvant le site organisateur de l'événement que le nom réel de celui-ci était: アダルトVR エキスポ soit : Adult VR expo⁵⁹ qui ne correspond à aucun des titres avancés par les médias occidentaux.

⁵⁸ Nous mettons ici volontairement le terme porno entre guillemet car nous nuancerons son emploi dans le cadre de cet événement dans notre discussion chapitre 7.

⁵⁹ VR : Virtual Reality

Figure 27

Bannière du site de l'organisation de l'Adult VR Expo



Source : Adult VR Expo [アダルト VR エキスポ] (2016)

4.3.4.7 Évènements « rencontres d'actrices de l'industrie de la pornographie »

Tout comme pour les *Idols (aidoru)* de groupes de musique, il existe plusieurs événements au cours desquels les « *fans* » peuvent rencontrer également leur *Idol* de l'industrie de la pornographie. Le genre d'évènement est aussi proposé par des acteurs et autres personnes impliquées dans l'industrie de la pornographie.

Prenons ici l'exemple d'un évènement offrant 24 heures de « *free hug*⁶⁰ » dispensé par une star du porno japonais. Situé dans un emplacement spécifique aménagé dans un café, avec tapis rouge, cordon de sécurité et agents de sécurité, il était diffusé en direct sur la chaîne YouTube de l'actrice. Le *hug* durait le temps d'une photo réalisée par un officiel. Les hommes étaient tenus de conserver les bras derrière le dos ou le long du corps pendant que l'actrice leur donnait le *hug* et que la photo était prise, ce qui en fait ainsi un *hug* donné par l'actrice et reçu par la personne (Fukada, 2022).

Selon Anahori (2022), la file d'attente pour réclamer ce « *hug* » s'étendait le long de la rue et l'événement aurait attiré plus de 3000 personnes. Il est intéressant de noter que

⁶⁰ Nous avons conservé le titre original de l'événement car, comme nous le décrirons, ce « *hug* » s'associe plus ici à une forme d'accordade, de câlin distancié, principalement effectué par l'actrice.

des jeunes femmes ainsi que de jeunes couples s'y sont également présentés comme il est possible de le constater dans ce passage⁶¹ (Fukuda, 2022). L'*Idole* rencontrée acceptait toutefois un câlin mutuel avec les femmes de même qu'une courte discussion.

Ce type d'événement de rencontre est très populaire au Japon. Il est également possible de rencontrer, moyennant paiement ou participation indirect⁶², tous types d'*Idols*. Nous avons visionné la totalité de l'événement tel que retransmis par Fukuda (2022). Il était intéressant de voir les personnes attendre de longues heures, le respect des consignes et ce qui nous semblait ressembler à de la fébrilité. Les personnes repartaient apparemment satisfaites et contentes.

4.3.5 Internet

Comme nous l'avons vu, chacune des ressources s'est créé un espace de vente et de promotion de soi, de services ou de produits dérivés, la plupart de ces espaces ayant été développés pendant la période de pandémie. Nous avons ainsi pu voir des hôtesses de cabaret, des laveuses de *soapland*, des actrices du monde de la pornographie tout comme des cosplayeuses migrer vers des chaînes publiques et sans restriction d'auditoire telles YouTube, Twitch ou encore vers des réseaux sociaux tels qu'Instagram, TikTok, Line, Facebook ou X. Au-delà de leur commanditaire – pour celles qui en possèdent –, ces femmes reçoivent également des dividendes de la part des plateformes en fonction du nombre de vues, mais également des dons réalisés par leurs abonnés lors, par exemple, de diffusion en direct.

Nous avons également constaté que nombre d'entre elles proposent des salons

⁶¹ <https://www.youtube.com/live/8lOIZHXNYAI?feature=share&t=2591>

⁶² Par exemple, nous avons vu des reportages où des personnes achetaient des centaines de DVD pour essayer de gagner un coupon permettant ce type de rencontre.

privés pour abonnés de plus de 18 ans qui, quelle que soit la plateforme utilisée, ne bénéficient actuellement d'aucun contrôle de contenu. De notre côté, nous n'avons pas poussé l'investigation plus loin.

Différents types de contenu sont proposés par des youtubeurs japonais; par exemple, l'un d'entre eux, se filmait en direct en train de chercher une fille dans les rues, la nuit, pour lui demander d'uriner dans un bol dans l'objectif d'y faire cuire des nouilles qu'il comptait manger. Nous avons également vu un *host* youtubeur, qui semblait filmer une de ses traqueuses (stalkers) qui le suivait régulièrement jusque chez lui. Il semblait s'amuser de la situation et de ce qu'elle semblait prête à faire. Il affirmait que c'était effrayant, tout en riant. Nous n'avons pas tout compris, ni poursuivi le visionnement des autres vidéos, mais nous nous sommes questionnées sur l'encadrement de ce type de contenu par YouTube.

4.3.5.1 Pornographie en libre accès

Nous avons consulté des pages d'accueil de sites pornographiques quand nous vivions au Japon afin de prendre connaissance des thématiques qui semblaient les plus populaires. Cette observation nous a permis de noter une approche de la sexualité et des fantasmes différente au regard de ceux qui sont généralement regroupés au sein des thématiques les plus courantes des sites similaires en Occident. Cependant, celles-ci présentent le même type de fantasme déviant à caractère incestueux, mais les thématiques principales (nous entendons par là celles qui sont présentées dans la page principale ou publicisées) présentent des différences notables. Ainsi, alors qu'on trouve couramment en Occident la catégorie fantasmée père-fille, au Japon on rencontre plutôt la catégorie mère-fils. Les sites japonais proposent également une catégorie « petite sœur » qui est également une thématique récurrente des mangas et des jeux vidéo pour adultes.

Les *sex dolls* constituent en elles-mêmes une catégorie, que les vidéos présentent des poupées ou des femmes qui se comportent comme tel. On y remarque également un attrait prononcé pour les pratiques sadomasochisme (issues du BDSM⁶³) et plus particulièrement le bondage⁶⁴.

Nous avons eu accès à des témoignages publics de personnes masculines qui consommaient régulièrement de la pornographie en ligne, parfois comme on le ferait de n'importe quel film et sans s'adonner à une activité onanique. Par exemple, un Japonais expliquait préférer les vidéos japonaises car il avait essayé des vidéos américaines et il avait été très choqué des gros plans (sur les actions de coït) ainsi que par les femmes pratiquant les relations anales. Par ailleurs, un homme occidental affirmait les aimer mais ne pas supporter les « vocalises » féminines japonaises complètement différentes de celles des actrices occidentales.

Il est important de noter ici que la pornographie japonaise est censurée par une obligation de pixellisation des parties intimes et des gros plans. L'accent est mis sur une vue d'ensemble ou des focus sur les expressions faciales.

La catégorie *hentai*⁶⁵ présente sur les sites pornographiques occidentaux, désigne du contenu majoritairement d'origine japonaise regroupant des films d'animation (*anime*), eux-mêmes regroupés sous plusieurs catégories (Burnain, 2022). Elle propose du contenu

⁶³ Bondage, Domination, Soumission, Sado-Masochisme.

⁶⁴ « Le bondage japonais [ou *kinbaku* 「緊縛」] est un type de bondage (sexuel ou non) [...] qui peut entrer dans le cadre de jeux sadomasochistes. Il implique d'entraver la personne attachée en utilisant des figures géométriques pré-définies à l'aide d'une cordelette habituellement de 4 à 6 millimètres de diamètre, faite de chanvre ou de jute » (_Bondage japonais, 2024).

⁶⁵ Nommé comme ceci par le monde occidental. Au Japon le terme *Hentai* 「変態」 et communément utilisé pour nommer ce qui est « pervers ». *Hentai* se traduit littéralement par « transformation, qui passe d'un état normal à anormal ou morbide » c'est une abréviation pour « libido pervertie » c'est à dire un état dans lequel il y a perversion sexuelle et le comportement sexuel a changé par rapport à la normale incluant les gens avec de telles tendances (Goo, s.d.)

à caractère sexuel et des dialogues explicites. Les protagonistes représentent différentes formes de personnages, y compris des êtres à caractéristiques humaines, mythologiques ou démoniaques, ainsi que d'autres créatures fictives dans des contextes pouvant être d'extrême violence, comme nous l'avons abordé antérieurement⁶⁶. Ces personnages sont souvent affublés de tentacules ou d'organes reproductifs de type tentaculaires. Le *Hentai* japonais a investi l'espace de la pornographie et constitue la catégorie la plus recherchée au monde sur le site PornHub selon leurs dernières statistiques (PornHub, 2022)..

Rappelons que l'ensemble de ce matériel pornographique est facilement et gratuitement accessible sur Internet; il suffit de confirmer avoir 18 ans avec un bouton de validation prévu à cet effet.

Autre expérience intéressante vécue au cours de notre deuxième séjour au Japon, lors de nos recherches sur les catégories offertes par les sites pornographiques, travaillant dans la pénombre, nous avons vu que le voyant de notre caméra était allumé (nous ne savions pas depuis combien de temps). Notre caméra a ainsi été activée à distance et nous avons reçu par la suite un message nous demandant de payer une certaine somme d'argent, autrement notre image serait diffusée auprès de nos contacts et de nos réseaux sociaux. Nous avons vraiment été très surprise sans pour autant être inquiète, car nous n'y voyions aucune matière à chantage et notre ordinateur ne contenait aucune donnée sensible. Cependant, selon nos amis japonais avec qui nous en avons discuté, il s'agirait d'une situation fréquente, particulièrement lors de visites ou de visionnement de sites pornographiques ou encore de sites de jeux.

⁶⁶ Voir supra 6.3.4.3

4.3.6 Télévision japonaise publique.

Au-delà des espaces publicitaires présentés précédemment, la télévision publique japonaise apporte son lot de surprises et un modèle de communication vraiment très différent de ce que nous connaissons au Canada et en France. Nous détacher de nos propres aprioris et valeurs occidentales nous a demandé un important travail, au point où ce sujet à lui seul pourrait faire l'objet d'une étude doctorale. Souvent, ce que l'Occident connaît de la télévision japonaise, ce sont des extraits d'émissions d'humour qui stupéfient l'auditoire, avant de le plonger dans une certaine incompréhension et finalement de le faire rire ou sourire.

De façon globale, nous avons pu constater que, même en dehors des publicités, les programmes journaliers, les émissions générales, les émissions de type téléréalité, tout comme les clips musicaux et les spectacles des *Idols*, se veulent très spectaculaires et extravagants (les costumes y sont souvent à l'honneur) mais sans nudité ni connotation sexuelle, à la différence des manifestations médiatiques similaires en Occident, particulièrement aux États-Unis. De façon générale, il ne semblait pas y avoir de langage grossier⁶⁷ ou vulgaire. Nous n'irions pas jusqu'à affirmer que cela n'existe pas à la télévision japonaise; nous rapportons simplement ce que nous avons pu observer sur les chaînes dont nous disposons, privées ou publiques. Nous savons toutefois que des contenus de ce type sont accessibles dans des plateformes telles qu'Amazon et Netflix, pour ne mentionner que les plus connues. Les rares programmes nocturnes à caractère

⁶⁷ Notons ici que le Japon est un des rares pays qui n'utilisent pas de gros mots dans son langage courant. La façon d'insulter va être en fonction de l'adaptation d'un langage qui va ainsi devenir irrespectueux, péjoratif, déplacé, sarcastique. Toutefois, il existe un langage dit de rue (ヤンキー, *Yankii*), de « racaille » mais également un langage associé aux manga, dessins animés mais jamais utilisés dans la vie courante, tout comme le langage dans les *Hentai* et la pornographie.

sexuel que nous avons vus mettaient en scène des femmes se savonnant, se baignant ou prenant de longues douches.

Nous avons toutefois été étonnée de voir des émissions traitant sérieusement du sujet des *chikan*⁶⁸ en présence de différents experts, dont des policiers et des hommes de lois qui montraient et expliquaient des exemples qu'ils avaient filmés eux-mêmes en civil. Ils semblaient également présenter des statistiques, les moyens de prévention et les conséquences⁶⁹.

Le phénomène des *chikan* tout comme les écarts commis par des personnes influentes de la société sont également traités selon le principe de la honte publique. Par exemple, le *chikan* pris en flagrant délit et filmé sera diffusé à de nombreuses reprises sur les chaînes d'information, ce qui aura un impact important sur sa vie s'il est reconnu. Il pourra perdre son emploi, sa famille et son cercle d'amis ou de collègues.

Commettre des actes associés au *chikan*⁷⁰ constitue également un délit susceptible de poursuite en justice, et ce – comme la nouvelle loi japonaise le prévoit – même si aucune victime ne porte plainte. Les photos des personnes délinquantes recherchées peuvent aussi être affichées à la sortie des gares ou dans d'autres lieux publics. Concernant ce même phénomène basé sur la honte, les personnages de notoriété publique ayant des relations sexuelles inappropriées (par exemple, adultère ou relation sexuelle avec un fan), de la consommation de substances illégales ou la participation à d'autres malversations,

⁶⁸ Voir supra [section 3.6.1.3](#)

⁶⁹ Nous employons ici le verbe « sembler » car le niveau de japonais était trop élevé pour que nous ayons bien pu comprendre l'entièreté des propos). Quasiment toutes les émissions ajoutent des sous-titres en japonais qui sont adaptés au niveau de langage de celles-ci (notamment par le biais de kanji ou idéogrammes de niveaux scolaires de base à très avancés), mais le niveau de cette émission était trop élevé pour nous.

⁷⁰ Voir supra, *supra*, fig. 5.

présenteront des excuses publiques à la télévision, allant parfois jusqu'à démissionner ou à se retirer de la sphère publique.

D'autres émissions et informations ont également attiré notre attention, par exemple, celles traitant de sujets criminels réels, tel que la traque furtive (*stalking*), dont le parcours (du début jusqu'à son traitement par la justice) sera scénarisé et visionné en présence de diverses personnalités publiques qui le commenteront au fur et à mesure, mais sans jugement apparent ni moquerie, exprimant plutôt tour à tour de la surprise, de l'effroi, de la tristesse ou de l'inquiétude.

De même, nous avons vu des journalistes invités par des particuliers à investiguer leur intimité et à explorer leur vie privée en entrant chez eux. Nous avons ainsi vu à 7h30 le matin un vieil homme qui montrait sa collection de revues pornographiques et en parlait avec un reporter.

Une autre fois, des journalistes présentaient une personne en compagnie de sa *Love doll* en promenade dans un parc. Dans une émission de fin de soirée, un jeune reporter attendait les personnes à la sortie des boîtes de nuit (ou autres lieux de divertissement nocturne) et leur demandait de se rendre chez eux pour explorer leur intimité ou *uchi* ([voir section 6.1.1.3](#)) et échanger sur leur vie personnelle.

4.3.6.1 Les personnes du monde du divertissement pour adultes.

Comme nous en avons déjà parlé, les émissions de télévision vont inviter des femmes ou des hommes qui sont les plus hauts classés dans le milieu du divertissement pour adultes, pour faire des jeux, ou partager leur expérience, etc.

D'autres aspects de la télévision japonaise nous ont interpellée. Ceux-ci ne sont pas directement liés à des contenus sexuels mais ils permettent un éclairage culturel

supplémentaire qui nous semble important de partager pour une meilleure appréhension. C'est pour cette raison que nous les présentons dans les paragraphes suivants.

Les personnages. La télévision japonaise met régulièrement en avant des personnages surprenants qui participent aux émissions ou encore tourneront dans la rue ou d'autres lieux publics, des petites capsules qui seront diffusées aux heures de grande écoute. L'un d'entre eux est Reizā-ramon hādo-gei 「レイザーラモンハードゲイ」 (de l'anglais *Razor Ramon Hard Gay*), un comédien, humoriste et ancien catcheur. Le terme *hādogei* désigne également une catégorie pornographique dont ce comédien porte une des tenues caractéristiques. Personnage très populaire dans les années 2010, il est encore régulièrement représenté par des cosplayeurs. (Ōsaki, 2021) présente un condensé de ses interventions dans les espaces publics, réalisés pour une chaîne de télévision japonaise de grande écoute. Cet extrait, réunit tous les éléments propres à la télévision japonaise présentés ci-haut, c'est-à-dire les formats de contenu, les sous-titres (niveau populaire dans celui-ci) et le personnage.

Figure 28

Le comédien Reizā-ramon Hādogei



Source : Capture d'écran d'une émission télévisée fournie par Barbagamimi (2005).

Cet exemple ne représente pas un cas exceptionnel dans les émissions populaires. En effet, de nombreux comédiens et humoristes y véhiculent des comportements hors du commun selon nos critères occidentaux. Par exemple, un humoriste couramment invité performe nu en cachant son pénis avec une assiette ou une tasse; une mascotte en forme de fessier fait passer des épreuves (jeu questionnaire) aux enfants et flatule (envoi d'un gaz malodorant colorisé en jaune ou vert par la production) sur ceux qui donnent les mauvaises réponses. Cela fait beaucoup rire les enfants et ceux qui les accompagnent.

La vue de cette mascotte a été l'un de nos rares moments où nos préjugés ont pris le dessus pendant quelques minutes. Dans un premier temps, nous avons été surprise et choquée par ce personnage, puis avec du recul et en continuant de visionner l'émission ainsi qu'en constatant les rires des enfants et leurs plaisirs évident à participer (par exemple, lever la main pour pouvoir jouer), nous avons perçu un véritable intérêt pour le phénomène.

Nous avons ainsi photographié l'écran du téléviseur durant la diffusion de l'émission (figure 29). Nous l'avons partagée avec des amis et des collègues occidentaux. Leur réaction première fut similaire à la nôtre, mais après discussion nous étions d'accord sur le fait que, somme toute, « se péter dessus » est un jeu assez commun durant l'enfance : plus la « victime » est incommodée par l'odeur, plus le protagoniste s'en amusera. Cette émission présente donc une caricature de l'humour enfantin.

Figure 29

La mascotte Oshiri ningen 「おしり人間」(Fesses-humaines)



Source : photographie personnelle de l'écran d'un téléviseur diffusant le jeu télévisé avec *Oshiri ningen* 「おしり人間」

Les performeurs et les sportifs. Tous les types de sports sont valorisés à la télévision japonaise. Les représentants de chacun d'eux (champions olympiques ou autres) sont invités dans diverses émissions de jeux et de divertissement, ce qui les amène parfois à se voir conférer le statut d'*Idol*. De même, les tournois de sélection des jeunes baseballeurs ou encore les compétitions scolaires des jeunes ingénieurs sont également retransmises (par exemple, concours de la traversée la plus longue dans un avion sans moteur conçu par ces derniers).

Déficiences et handicaps. Nous avons vu des émissions de discussion (dont nous n'avons pas compris le contenu) dans lesquelles des personnes présentaient différents handicaps ou déficiences, physiques ou mentales (par exemple, syndrome de Down), une autre personne en position couchée semblant complètement paralysée, toutes semblant débattre et répondre à différentes questions de l'animateur. À la différence des émissions de divertissement mentionnées antérieurement, celle-ci semblait au contraire plutôt sérieuse (au regard de l'animation, de l'ambiance, du décor ainsi que des *kanji* utilisés dans les sous-titres). Nous effleurons cet aspect ici simplement pour mettre en avant le contexte

de la télévision publique et de la culture, c'est-à-dire ce qui nous semble être la mise en valeur de tous, sans tabous, dans des contextes et des cadres spécifiques. Au Japon, chacun donne l'impression d'être dans ce qui le ou la caractérise extérieurement, mais on assume cette réalité en la mettant en avant.

Les représentations de genres. Dans un même souci de mise en contexte et d'éclairage culturel, une de nos plus grandes surprises est la présence de tarento LGBTQ2+ (même s'ils ne sont pas nommés comme tel) depuis plus de 20 ans. Plusieurs présentent des *talkshows* et autres types d'émissions. Ils font également des publicités ou autres participations culturelles. Notre étonnement est sans doute lié à l'image largement véhiculée en Occident de l'homme japonais perçu comme masculiniste et fermé.

Une identité publique. Ce qui nous a particulièrement frappée concernant les personnages et les personnalités publiques est que chacun – qu'il s'agisse d'un comédien (par exemple, un humoriste apparaissant nu avec une simple assiette comme cache sexe), d'une figure du divertissement ou d'un sportif – se présente généralement dans les émissions avec la même tenue (ou absence de tenue!) emblématique de son personnage : cosplay ou tenue de sport. Cette apparence semble alors devenir une partie intégrante de l'identité publique, tant que chacun y reste associé.

Par exemple, Reizā-ramon hādo-gei (*Razor Ramon HG*) s'est vu remettre l'un des prix *Shōgakukan DIME Tendance* (*Shōgakukan daimu torendo taishō*, 「小学館DIMEトレンダ賞」), un magazine destiné aux hommes d'affaires et aux médias Web qui sélectionne depuis presque 40 ans les personnes qui symbolisent l'année écoulée (Shōgakukan, 2023). La photo officielle qui suit le montre arborant son costume caractéristique notamment en compagnie de la ministre de l'Environnement Yuriko Koike (tout à gauche).

Figure 30

Remise du prix Tendance à la cérémonie Shogakukan DIME 2005



Source : Jiji Press (2005).

4.4 ACCÈS AUX RESSOURCES SATISFACTORIRES

4.4.1 Quartiers

L'observation réalisée dans les différents milieux a permis de constater que les services satisfactoriés sont majoritairement concentrés dans des quartiers identifiés, pour accueillir ces commerces et ces services spécifiques, généralement plus actifs le soir et la nuit. Certains sont toutefois implantés – quoi qu'à moins grande échelle - dans des quartiers résidentiels, ou en périphérie de ville. Cette concentration dans des quartiers spécifiques n'est pas exclusive à l'industrie du divertissement pour adultes. Cependant, l'activité nocturne de ces mêmes quartiers semble correspondre à ses caractéristiques et fréquentation diurne, en termes de population.

Nous présenterons ici quelques quartiers de la grande préfecture de Tōkyō, mais cette disposition semble s'observer dans les autres villes du Japon. La vie diurne et nocturne à Tōkyō est aussi variée que les arrondissements et les quartiers qui la composent, chacun offrant une ambiance et des services distincts en fonction de ce que l'on pourrait appeler sa thématique.

Shinjuku 「新宿」 est l'un des 23 arrondissements de la ville de Tōkyō connu entre autres pour sa gare qui est mise en avant comme la plus fréquentée au monde avec une moyenne de 3.5 millions de passagers par jour (Misachi, 2019). C'est l'un des quartiers les plus connus de Tōkyō, réputé pour ses gratte-ciel imposants et son rôle de centre administratif et d'affaires. Il abrite de nombreux bureaux gouvernementaux et sièges sociaux d'entreprises. On peut y retrouver une grande quantité de services satisfatoires tels que nous les avons décrits antérieurement. Les *Love Hotels* y sont nombreux et offrent leurs services 24h sur 24, 7 jours sur 7. Shinjuku est animé la nuit, notamment autour de son quartier Kabukichō 「歌舞伎町」, qui devient alors un centre névralgique de la vie nocturne. En effet, ce quartier surnommé le « quartier qui ne dort jamais », abrite une grande concentration de clubs d'hôtes, d'*izakaya*, et des lieux de divertissement pour adultes. La majorité des établissements de Kabukichō s'adressent à une clientèle masculine, mais on y trouve également des *clubs* d'hôtes, estimés à environ 200 en 2019 (Nobuaki, 2023). Bien que le nombre exact de clubs d'hôtes soit difficile à déterminer, cette estimation des clubs d'hôtes illustre l'ampleur du phénomène des ressources satisfatoires offertes dans ce quartier, où la majorité des services ciblent les hommes. En revanche, la nature touristique de Kabukichō rend les *soaplands* plus rares et moins visibles que dans d'autres quartiers plus spécialisés.

Shinbashi 「新橋」, situé dans l'arrondissement de Minato 「港区」, est un quartier d'affaires où de nombreux *salarīman*⁷¹ se retrouvent après le travail. Un peu dans le style de Shinjuku 「新宿」, cette zone est un centre d'affaires et de divertissement, surnommé « le paradis des *salarīman* ». Bien que Shinbashi soit principalement connu pour ses

⁷¹ *Salarīman* [définition section 4.1.2.4](#)

*izakaya*⁷² et ses bars, il compte également de nombreux services de ressources satisfatoires et quelques *soaplands*, généralement plus luxueux et destinés à une clientèle spécifique.

Akihabara 「秋葉原」est le quartier souvent considéré comme le centre névralgique de l'électronique, technologie et de la culture *otaku*⁷³ à Tōkyō. C'est un lieu de rassemblement pour les amateurs de technologie et de culture pop japonaise, notamment les passionnés de figurines, manga, *anime* et de jeux vidéo y compris le monde *hentai*. Akihabara est également très populaire pour ses *maids cafe* thématiques.

Roppongi 「六本木」l'un des quartiers les plus luxueux et les plus huppés de Tōkyō, se distingue par son ambiance cosmopolite et internationale par sa population de touristes et d'expatriés. C'est un quartier d'affaires offrant une vie nocturne haut de gamme, animée et festive, prisée tant par ces derniers que par les locaux. Les bars, restaurants internationaux et galeries d'art modernes en font un lieu d'attraction pour les amateurs de vie nocturne sophistiquée. Roppongi est réputé pour ses clubs et ses bars chics où des hôtesses divertissent les hommes d'affaires, souvent dans des environnements luxueux et sophistiqués. Les ressources satisfatoires principalement tournées vers les hommes dans ce secteur, reflètent la même ambiance mais demeurent toutefois plus accessible que Ginza.

Ginza 「銀座」est un quartier surtout connu pour ses boutiques de luxe et ses restaurants étoilés, mais il possède également une scène nocturne haut de gamme. Ses clubs d'hôtesses sont plus élégants et discrets, offre un service personnalisé destiné à une clientèle très aisée. Les hôtesses y sont souvent plus expérimentées (comme nous l'avons

⁷² Définition section 3.7.5.1

⁷³ Trad. Libre : Un otaku est une personne extrêmement passionnée par un domaine spécifique, investissant intensément temps et argent, mais parfois perçue comme isolée dans une sous-culture (extrait de Nomura Research Institute dans Okude, 2008).

vu à la section 6.1.3.2) et l'atmosphère y est beaucoup plus formelle que dans d'autres quartiers, tels Kabukichō ou Roppongi. C'est dans ce quartier qu'est né, début 1900, le premier *kyabakura* (voir 6.1.3)

Uguisudani 「鶯谷」 est un quartier principalement résidentiel de Tōkyō. Celui-ci passe généralement inaperçu aux yeux des visiteurs, mais il est bien connu parmi ceux qui recherchent des ressources satisfatoires à son image, c'est-à-dire calmes et discrètes.

Enfin, **Yoshiwara** 「吉原」, quartier le plus célèbre de Tōkyō, était historiquement le quartier officiel des plaisirs, c'est-à-dire celui où, à partir de l'ère Edo (1603), se trouvaient les maisons closes. Après la Seconde Guerre mondiale, le quartier a évolué et est devenu l'un des plus grands centres de *soaplands*, des lieux discrets et éloignés des zones touristiques principales.

4.4.2 Guides

Il existe de nombreux sites Internet et documents se présentant sous la forme de guides du monde du divertissement pour adultes au Japon, y compris un guide élaboré par le gouvernement (également disponible en anglais) s'adressant particulièrement aux visiteurs et aux touristes de la ville de Tōkyō. Tout comme dans certains de ses quartiers, on peut trouver des plans avec photos, indiquant les lieux de divertissement offerts (magasins, maid cafes, etc.).

Autres exemples : un site Internet publant quotidiennement des articles en anglais se veut une ressource et une vitrine complète du monde du divertissement et de la pornographie pour adultes au Japon; il offre en outre un suivi quotidien des nouvelles (législation, recherche, articles parus dans les médias, articles de magazines, etc.) et les nouveautés du marché. Un autre site Internet propose d'expliquer entre autres aux clients

potentiels et aux femmes pouvant être intéressées à y travailler, tous les tenants et aboutissants d'un soapland. Ce site précise également qu'il tient à rassurer les novices en les guidant par la main. Son slogan, « *kokoro to karada wo iyasu sōpurando de asonde miyou* » 「心と身体を癒すソープランドで遊んでみよう！」 signifie littéralement « Jouons dans un soapland qui guérit l'esprit et le corps! ».

Ces sites ne sont pas des exceptions. En effet, de nombreux sites – majoritairement en japonais, offrent de plus en plus de traductions en anglais, chinois et dans d'autres langages selon la clientèle visée – offrent ce même type de contenu. On y retrouve de nombreux témoignages et articles documentés sur les services satisfactoriens et le divertissement pour adulte.

Enfin, au-delà de ces sources d'information, il existe également des entreprises et des consultants spécialisés privés qui proposent un accompagnement et un soutien à toutes les personnes désireuses, dans un genre de commerces de divertissements pour adultes (par exemple, *Love Hotel*, *soapland*, *snack-bar*, etc.), alors que d'autres proposent un accompagnement aux personnes désirant y travailler. Des sites expliquent extensivement leurs fonctionnements, la clientèle visée, etc.

CHAPITRE V

DISCUSSION

Dans ce chapitre, nous revenons sur les résultats, nous les présentons à partir des énoncés qui ont émergés des catégories lors du processus de codage et d'analyse.

5.1 CONCEPT DE RESSOURCES SATISFACTORIRES

Ces données concernent les ressources à caractère satisfatoire interactionnelles, matérielles, ainsi que sur les scènes médiatiques et culturelles et les quartiers. C'est la découverte de ces nombreuses et originales ressources autres que celles directement associées à un acte physique à caractéristique sexuel, qui nous ont amenée à conceptualiser notre objet de recherche par le qualificatif de satisfatoire (présenté section : préambule et concept). Plusieurs ressources publiques proposent des services ayant pour objet de satisfaire le plaisir des hommes sans qu'il y ait d'action sexuelle physique ou de contact physique, mais dans un environnement érotisé, sexualisé et/ou intimiste. Ces mêmes services n'excluent pas la possibilité de coït rémunérés (*soapland*) ou en rencontres volontaires extérieures.

Au cours de nos analyses, nous avons découvert que le terme *kinky* était parfois utilisé pour parler des ressources satisfatoires qui ont constitué notre objet d'étude. De fait, nous avons creusé plus avant dans la littérature pour en cerner le concept. Selon le wiktionary (2022) le *Kinky* est une sexualité qui sort de l'ordinaire, pouvant inclure, selon Ramadoa (s.d.), le BDSM, les jeux de rôle, les jouets sexuels, l'exhibitionnisme, le fétichisme, etc. Ces définitions semblaient bien cadre avec notre propre réflexion concernant les services offerts pour hommes que nous avons découverts. Cependant, après

lecture de sa définition du Larousse y prêtant des caractères vicieux et pervers (Dictionnaire Larousse en ligne) et de nombreuses autres lectures s'y référant dans le même sens ou en ajoutant des notions comme « bizarre » ou encore « tordue », nous avons choisi de maintenir notre concept de ressources satisfatoires et sa définition (p.82) afin de ne pas apporter une confusion ou des jugements de valeur à nos résultats.

5.2 INFLUENCES MAJEURES

5.2.1 Les dichotomies *uchi*「内」, *soto*「外」, *tatemae*「立前」, *honne*「本音」

Au Japon, sont avant tout prônés l'humilité et la « non mise en avant » de soi et de ses propres expériences (Champault, 2015; Laplantine, 2017) afin de ne pas heurter l'autre ou le rabaisser. Être intégré dans le *uchi*⁷⁴d'un individu, c'est faire partie de son cercle relationnel intime, privé et interne — par opposition, appartenir à son *soto*⁷⁵ renvoie à l'espace extérieur, à la sphère publique (Kavedžija, 2018; Macfarlane, 2009; Oliveri, 2011; Rebick & Takenaka, 2006; Takahashi, 2009). Il en découle une structure communicationnelle sociale binaire où l'on retrouve, d'une part, le *tatemae*, c'est-à-dire l'expression de ce qui est plus approprié de dire socialement (Nakane, 1970; Sugihara & Katsurada, 2002) qui est parfois injustement traduit par hypocrisie, mais relève plus de la diplomatie (Itoh, 1991) et, d'autre part, le *honне*, soit son sentiment profond, son avis personnel, ses vrais désirs, qui sera seulement utilisé dans son cercle personnel, voire uniquement personnel, et, pour nombre de personnes, certains ne seront que rarement, voire jamais, exprimés (Bestor, Lyon-Bestor & Yamagata, 2011; Leonardsen, 2004).

⁷⁴*Uchi*, littéralement : à l'intérieur, dans. (Dictionnaire-japonais.com) réfère à ce qui nous appartient et notre groupe d'appartenance. Il va plus loin que la sphère privée car il inclut la famille, le groupe/l'entreprise de travail à qui l'on appartient, l'équipe de sport, etc. On pourrait le définir comme « le cercle restreint » d'appartenance.

⁷⁵*Soto*, le dehors, l'extérieur, les autres, les étrangers, et même les Japonais partis à l'étranger et qui sont devenus des étrangers. Lévi-Strauss dans Laplantine, 2012, p. 301.

Ainsi, comme le rapporte Lewis (2021), la dichotomie «*uchi-soto*», omniprésente dans la culture japonaise, régit les appartenances sociales, des groupes familiaux à la nation en intégrant des notions de distance et de dimensions sociales (Makino, 2002), ce qui influence non seulement les interactions sociales, mais également les modes relationnels et de communication, notamment à travers la dynamique «*honne-tatemae*».

Ce positionnement, qui distingue les relations intimes des interactions plus distantes, s'étend aux relations amoureuses et amicales, mais peut aussi éclairer le rôle des ressources satisfatoires telles que les hôtesses de cabarets clubs, les mamas de *snack-bars* et autres figures similaires. Ces services offrent une écoute attentive, agrémentée de flatteries et de valorisation, tout en maintenant une séparation claire entre l'espace intime et l'espace professionnel. Pour l'homme, le paiement de ces services et son statut de client (*-sama*) permet de conserver cette séparation, considérant la personne comme une professionnelle plutôt que comme une proche, tout en partageant un certain degré d'intimité qu'il ne partage pas forcément dans son propre foyer.

Par ailleurs, ces ressources satisfatoires se situent généralement dans des espaces extérieurs au domicile, à l'exception des *Love dolls* et des *deriheru*, qui semblent davantage utilisés par des individus vivant seuls. Ce choix reflète une gestion des frontières entre *uchi* (intérieur) et *soto* (extérieur), en lien avec des besoins relationnels et émotionnels particuliers.

5.2.2 Le sens des mots

Doi (1971/1981) souligne le lien profond entre langue et culture, affirmant que la psychologie d'une nation est intrinsèquement liée à sa langue. Selon lui, la psychologie typique d'une nation donnée ne peut être comprise qu'en se familiarisant avec sa langue

maternelle. La langue contient tout ce qui est intrinsèque à l'âme d'une nation et constitue donc le meilleur reflet de l'identité de chaque nation (p. 15).

Nous avons porté une attention particulière aux mots et qualificatifs accordés par la langue d'origine. Nous avons préféré éviter de les apprécier en fonction des « équivalences » présentées par les traducteurs anglais qui les ont « adaptées » aux perceptions, langues et valeurs occidentales. Par exemple, Aldelstein (2012) a choisi de traduire la métaphore « de l'industrie du bas du corps » par *the background industry* et *Sex Industry And The Pink Zone*. D'autres auteurs ont choisi de qualifier l'industrie du divertissement pour adultes au Japon en parlant de *libidinal industry* (Koch, 2016), ou encore de *Pink kinky: Japan's sex underground* (Zume, 2014). Ces termes, bien qu'éclairants et assimilés dans un contexte occidental, sont porteurs d'images et de perceptions qui reflètent nos propres références culturelles.

Dans cette étude, nous avons fait le choix de dépasser les cadres interprétatifs occidentaux quand cela était possible, pour privilégier les terminologies japonaises. Ces dernières, riches de significations et sens intrinsèques, offrent une compréhension plus précise et nuancée du phénomène étudié.

C'est pourquoi, dans une démarche éthique et méthodologique, nous avons adopté une posture de distanciation par rapport aux valeurs et perceptions occidentales, y compris les nôtres. Cette approche avait pour objectif d'être au plus près du phénomène tel qu'il se présente et des réalités japonaises. Nous avons investi un temps et une énergie considérables dans nos traductions et nos analyses afin de préserver et restituer le plus fidèlement possible la signification qui se trouve intrinsèquement dans la culture japonaise,

que nous ne pouvons apprêhender qu'avec la plus grande humilité intellectuelle possible et une constante posture de non-savoir.

Nous avons traité et analysé les termes japonais en privilégiant leur forme écrite, car c'est par ce biais que nous pouvons aller trouver le sens de ce qui est transmis, comme nous l'expliquons dans notre préambule en prenant également compte du positionnement (*tatemae/honne*) utilisé.

De fait, nous avons accordé une importance particulière à la présentation, à la traduction et à l'interprétation des termes japonais dans cette étude tout en reconnaissant très humblement les limites inhérentes à une traduction qui ne sera jamais parfaitement adéquate.

Ces efforts étaient essentiels pour apprêhender les relations, les interactions et la position des individus dans la société japonaise. Nos analyses mettent ainsi en lumière l'entrelacement des concepts linguistiques et culturels dans la structuration des interactions sociales et des représentations collectives au Japon, révélant la richesse, la complexité et la profondeur de ces dynamiques telles que révélées également par des auteurs comme Nakane, 1970; Doi, 1971/1981; Sugihara & Katsurada, 2002; Leonardsen, 2004; Bestor, Lyon-Bestor & Yamagata, 2011; ou encore Lewis, 2021.

5.2.3 La place de l'alcool

Comme le montrent les résultats présentés, l'alcool occupe une place centrale dans la culture japonaise, à la fois comme vecteur de communication, ressource économique stratégique et élément clé des services satisfatoires.

Selon Chenhall & Oka (2016), l'alcool a un effet désinhibiteur qui permet de « briser la barrière des *tatemae* » et de favoriser la « révélation du *hon*ne », facilitant ainsi

des interactions plus authentiques ou intimes. Cette caractéristique explique son importance dans des pratiques sociales comme par exemple le *nomikai* (présenté [section 3.3.6](#)) qui sont essentielles dans la consolidation des relations professionnelles et amicales au Japon (Chenhall & Oka, 2016).

5.2.3.1 Ressource économique

L'industrie de l'alcool est un secteur économique significatif au Japon. Par exemple, en 2019, le marché japonais des boissons alcoolisées était évalué à 85,8 milliards de dollars américains, bien que ce chiffre ait diminué de près de 6 % à la suite de la pandémie (Wang, 2023). Face à cette baisse, le gouvernement japonais a lancé des initiatives pour encourager la consommation d'alcool afin de compenser les pertes fiscales. Une campagne notable, fortement relayée par les médias occidentaux, incitait les jeunes adultes (20-39 ans) à boire davantage pour stimuler l'économie (Basset, s.d.; Clermont-Goulet, 2022; Delève, 2022; Vergue, 2022) en précisant toutefois, par l'entremise de monsieur Tsukamoto, porte-parole de la division des taxes sur l'alcool de l'agence, ne souhaiter en aucun cas encourager la consommation excessive d'alcool chez les jeunes (Hikari & Yoon, 2022).

5.2.3.2 Médiatisation

L'importance de l'alcool en tant que ressource économique se reflète dans sa forte présence publicitaire, où il est présenté comme une source de détente, de plaisir gustatif et de communication de qualité. Ces messages, souvent relayés par des célébrités, des *Idols* ou des sportifs, s'adressent à un large public, renforçant son rôle culturel et social. Les figures du monde du divertissement pour adultes, telles que les hôtesses (et *host*) de clubs, jouent un rôle important dans cette promotion. Leur popularité repose en grande partie sur les revenus générés par la vente de spiritueux, qui constitue le cœur de leurs revenus. Les

meilleurs « vendeurs » sont mis en avant dans des classements publics, affichés sur les devantures des établissements et relayés dans les médias de masse. Ces dynamiques montrent l’interconnexion entre publicité, consommation et influence culturelle exercée par ces figures emblématiques.

5.2.3.3 Rôle social de l’alcool

Ainsi, dans les services d’hôtesse, *snack-bars* et établissements similaires ou autres ressources que nous avons présentées, l’alcool joue un rôle prépondérant. Outre son effet désinhibiteur qui facilite les échanges, la consommation d’alcool, souvent onéreuse, ajoute de la valeur à l’interaction. Dans les cabarets d’hôtesse, par exemple, plus l’alcool acheté est cher, plus la rencontre est valorisée, tant pour le client que pour l’hôtesse. Cette dernière voit sa position renforcée dans les classements internes (et par conséquence son image et son statut) à mesure qu’elle vend davantage d’alcool, un mécanisme qui nourrit la dynamique de valorisation mutuelle entre le client et l’hôtesse (Takeyama, 2016). Pour le client, l’acte d’achat peut renforcer un sentiment de contrôle ou de bienfaisance, valorisant à la fois son image personnelle et la prestation de l’hôtesse.

Bien que le prix de détail d’une bouteille d’alcool puisse être de quelques centaines de dollars, les hôtes et hôtesses ont la capacité de la vendre à des prix bien plus élevés, atteignant parfois des dizaines de milliers de dollars, selon la valeur que le client attribue à cette dépense pour répondre à ses envies (Takeyama, 2016).

5.2.3.4 Perception sociale

Au Japon, l’alcool n’est pas perçu comme un problème social majeur, contrairement à d’autres pays industrialisés, une particularité qui, selon Partanen (2006) a des répercussions importantes sur les attitudes et les pratiques de consommation dans la société.

Cependant, Chenhall et Oka (2016) expliquent que cette consommation reste encadrée par des normes sociales implicites. Les comportements violents ou une incapacité à assumer ses responsabilités en raison d'un excès d'alcool sont fermement réprouvés, car ils sont perçus comme des échecs moraux. Les personnes concernées, même après réhabilitation, subissent souvent une stigmatisation durable et préfèrent cacher leur passé pour éviter l'exclusion sociale (Chenhall & Oka, 2016).

5.2.3.5 Pour conclure

Que ce soit dans le cadre des *nomikai*, des services d'hôtesses, des *snack-bars* ou autres types de ressources satisfatoires, l'alcool est bien plus qu'une simple boisson. Il constitue un outil de communication, une ressource économique stratégique et une composante importante des dynamiques sociales et culturelles japonaises. Ainsi, la culture des loisirs au Japon n'est pas toujours opposée au travail, les deux peuvent s'entremêler aux bénéfices de chacun même si parfois la consommation d'alcool est portée par une « notion » d'obligation (Fiore, 2023).

5.3 LE DIVERTISSEMENT POUR ADULTES

Le divertissement pour adultes inclut toute l'industrie des ressources satisfatoires publiques et légales. Comme l'ont révélé nos résultats, celles-ci se distinguent par l'absence de références explicites au « sexe » dans leur terminologie, traduisant un choix linguistique et culturel significatif. Par exemple, les établissements hôteliers destinés aux adultes sont désignés comme *Love Hotels*, tandis que les poupées anthropomorphiques sont appelées *Love dolls*. À l'inverse, dans les contextes occidentaux, des termes comme *sex doll* sont couramment employés, tant par l'industrie que dans les articles scientifiques (Knox, Huff, & Chang, 2017); Döring & Pöschl, 2018; Lancaster-James & Bentley, 2018;

Su, Lazar, Bardzell & Bardzell, 2019; Valverde, 2012) pouvant ainsi refléter une approche différente dans la manière de catégoriser et de présenter ces ressources satisfatoires. Il semble exister une distinction claire entre les relations sexuelles impliquant un coït (pénétration vaginale) et les pratiques visant à satisfaire une personne, qui dans la culture occidentale, tendent à être perçues comme sexuelles dès lors qu'elles impliquent un contact ou une interaction avec ou proche des organes génitaux, même en l'absence de rapport sexuel complet (Lhomond, 1996).

En d'autres termes, les ressources satisfatoires au Japon peuvent être liées à une forme d'intimité physique (incluant la fellation, la masturbation et autres touchers physiques à des fins onaniques) ou mentale tout en se distinguant d'une assimilation à un acte sexuel, le coït, qui de fait se place dans la catégorie de la prostitution (Charpenel, 2019) quand il est monnayé.

5.3.1 Dénominations et concepts autour des ressources satisfatoires

Les ressources satisfatoires, qui répondent à des besoins physiques, mentaux et émotionnels, sont conceptualisées sous différents prismes selon les auteurs et les contextes.

Parreñas et Baker (2012) associent ces pratiques à la notion de « travail de *care* », bien que leur étude se concentre exclusivement sur les hôtesses de bars, et plus particulièrement sur les hôtesses migrantes philippines et leurs conditions particulières les situant dans l'espace clandestin. De son côté, Koch (2014, 2016) introduit le concept de « *healing labor* », en intégrant l'idée d'*iyashi* (que nous développerons plus bas) mais en la limitant à sa traduction première de « guérison » (*healing*). Koch décrit ceci comme: *women working in the Japanese sex industry provide deeply gendered affective labor to male white-collar workers. Their services center on iyashi (healing), a carefully*

*constructed performance of intimacy that commingles maternal care with sexual gratification*⁷⁶. (2016, p. 704). Dans ces deux perspectives, les auteurs présentent les ressources satisfatoires comme une composante de l'industrie du sexe, et leurs dispensatrices comme des travailleuses du sexe tout en notant qu'il n'y a pas forcément de coït dans ce type d'interactions.

De son coté, Craig (2011) introduit le concept d'« *alternative intimacy* », qui élargit la réflexion sur ces pratiques en les distinguant de l'industrie sexuelle. Hardt et Negri (2004), quant à eux, mobilisent la notion de « *affective labor* » (travail affectif) qu'ils définissent comme : *Affective labor, then, is labor that produces or manipulates affects such as a feeling of ease, well-being, satisfaction, excitement, or passion.*⁷⁷ (p. 108).

Cependant, dans le contexte des ressources satisfatoires au Japon, cette intimité, souvent dissociée de l'acte sexuel ou du coït, est présentée sous le concept de *Iyashi*, tel qu'évoqué par Koch (2014, 2016).

5.3.1.1 Le concept d'*iyashi* 「癒し」

Apparu au Japon après la récession des années 1990, ce concept reflète une réponse culturelle aux pressions sociales et économiques de cette période (Kanesaka, 2022). D'abord introduit par l'anthropologue Ueda dans un cadre religieux, *iyashi* désignait un processus de soulagement profond, permettant de retrouver un état d'équilibre originel (Kitaoka, Diago, Hagiwara, Kitazaki & Yamane, 2008). Ces auteurs distinguent l'*iyashi* du concept de guérison en précisant que, contrairement au terme de guérison qui lui est

⁷⁶ Trad. Libre. Les femmes qui travaillent dans l'industrie du sexe au Japon fournissent un travail affectif profondément genré aux hommes en col blanc. Leurs services sont centrés sur l'*iyashi* (guérison), une performance intime soigneusement construite qui mêle soins maternels et gratification sexuelle.

⁷⁷ Trad. Lib. Le travail affectif est donc un travail qui produit ou manipule des émotions telles qu'un sentiment de facilité, de bien-être, de satisfaction, d'excitation ou de passion.

généralement apposé et qui est utilisé dans le cadre du traitement de maladies ou de douleurs, l'*iyashi* englobe une notion plus large de confort et de réconfort, appliquée à des médias, produits et services variés, qui dépassent son contexte initial plutôt médical (Kanesaka, 2022; Kitaoka, Diago, Hagiwara, Kitazaki & Yamane, 2008). Cette distinction reflète l'approche unique du Japon envers le bien-être, où le terme est utilisé dans des contextes variés, allant bien au-delà de sa signification initiale liée à la santé, intégrant toutes ses variantes dans un sens plus large.

En résumé, bien que les auteurs mobilisent des terminologies variées pour décrire les ressources satisfatoires, comme *le travail de care* (Parreñas et Baker, 2012), le *healing labor* (Koch, 2014, 2016), *l'alternative intimacy* (Galbraith, 2011) ou encore *l'affective labor* (Hardt et Negri, 2004), ces notions convergent autour de la même idée fondamentale. Elles mettent en lumière des pratiques qui répondent à des besoins physiques, mentaux, émotionnels en proposant des interactions soigneusement construites. Ces pratiques, bien que situées à la frontière entre l'intimité et le soin, sont souvent dissociées de l'acte sexuel ou du coït dans le contexte japonais, où elles sont fréquemment associées au concept d'*Iyashi*. Ce dernier, avec sa dimension d'apaisement et de réconfort, semble encapsuler les multiples facettes de ces interactions, offrant un cadre unificateur à des concepts qui, bien que distincts dans leur formulation, décrivent une réalité et une pratique culturelle commune.

Ce concept, souvent genré, positionne les femmes comme dispensatrices d'apaisement dans des rôles variés, allant des modèles *kawaii* aux actrices de vidéos pour adultes (Matsui, 2008). L'*iyashi* a ainsi été institutionnalisé comme une norme sociale au

Japon à travers les interactions entre médias, entreprises et consommateurs, dépassant son contexte initial pour devenir une réponse socioculturelle aux pressions contemporaines.

5.3.2 Les services satisfatoires interactionnels avec prestations physiques

Le concept d'*Iyashi* est explicitement mis en avant dans plusieurs services satisfatoires. Parmi les ressources satisfatoires interactionnelles avec contact physique, certains établissements revendiquent clairement offrir des prestations orientées vers l'*iyashi* ou encore d'*iyashi kei* 「癒し系」 qui apporte une dimension thérapeutique et relaxante (Jisho, s.d.).

5.3.2.1 *Les soaplands*

Ceux-ci par exemple, adoptent cette logique en proposant des services qui incluent des actes tels que l'onanisme manuel, buccal ou encore la stimulation de la prostate. Ces services sont présentés comme des soins de massage, de bien-être et de régénération. Un slogan trouvé sur un site⁷⁸ regroupant plusieurs *soaplands* illustre cette approche : *Kokoro to karada o iyasu sōpurando de asonde miyou* 「心と身体を癒すソープランドで遊んでみよう！」, ce qui se traduit par : « Jouons dans un soapland qui guérit l'esprit et le corps! ». Le terme *asobu* (jouer), utilisé dans ce contexte, enrichit cette perspective. Il ne se limite pas à l'idée de s'amuser, mais inclut également les notions de « se faire plaisir » et de « s'abandonner » (Jisho, n/d; Hadamitzky, Durnous et Mochizuki, 2017). Ces nuances mettent en lumière comment l'industrie intègre des valeurs liées au bien-être et à la

⁷⁸ magazine en ligne, dédié au divertissement pour adultes au Japon, sert de guide et de référence pour les professionnelles et les intéressé.es, couvrant les types de services, les cadres légaux, les formations disponibles pour les employées et les conseils pour créer ce type d'entreprises. Il propose également des articles, des partages d'expérience et une large vitrine publicitaire avec des contenus visuels très explicites. Par respect pour notre position énoncée dans le [préambule](#), nous avons choisi de ne pas en divulguer le nom ni l'adresse Internet, tout en restant disposés à fournir ces informations aux membres du jury pour vérification, si nécessaire.

relaxation pour légitimer ses pratiques tout en proposant de répondre aux attentes émotionnelles et physiques de sa clientèle. Cette perception est illustrée par Koch (2016) par le témoignage d'un chauffeur de taxi affirmant que, pour les hommes japonais, il est plus simple de payer une femme pour être « guéris » plutôt que d'investir dans une relation sentimentale. De son côté, une travailleuse expérimentée, décrit ses clients comme des individus ordinaires cherchant à se revitaliser face au stress et à l'épuisement professionnel (Koch, 2016).

5.3.2.2 *Les services deriheru (delivery health)*

Ceux-ci adoptent une approche similaire en mettant en avant une terminologie liée à la santé et au soin. Ces services présentent leurs prestataires comme des « thérapeutes » et leurs prestations comme des soins personnalisés, souvent réalisés à domicile ou dans des lieux spécifiques. Cette définition, bien intégrée dans la société japonaise, exclut théoriquement le coût de toutes les prestations proposées par les *deriheru*, ce qui permet à ces services de fonctionner légalement (Meshida, 2021). Cependant, nous parlons là de prestations dans des espaces privés qui semble difficile à vérifier ou à contrôler.

Selon Koch (2014) les services *deriheru* dominent désormais le marché du divertissement pour adultes au Japon tout en ayant la possibilité de contourner certaines restrictions imposées aux établissements physiques, grâce à leur reconnaissance légale en 1999. En effet, une révision majeure en 1998 de la loi de 1948 « sur le contrôle des entreprises de divertissement pour adultes » 「風俗営業取締法」(*Fūzoku eigyō torishimari-hō*⁷⁹) a, entre autres, introduit une nouvelle catégorie juridique: les entreprises de

⁷⁹「風俗営業等の規制及び業務の適正化等に関する法律（昭和二十三年法律第二百二十二号）」*Fūzoku eigyō-tō no kisei oyobi gyōmu no tekisei-ka-tō ni kansuru hōritsu* (*Shōwa ni jū san-nen hōritsu dai hyaku ni jū ni-gō*). <https://laws.e-gov.go.jp/result>

divertissement sexuel spécial hors magasin 「無店舗型性風俗店」(*mutenpogata seifūzokuten*), permettant à ces services de fonctionner légalement.

Pour évoquer l'**impact de la pandémie**, nous avons noté que la fermeture des établissements physiques et de leurs services dérivés durant celle-ci a entraîné une recrudescence des services hors cadre réglementaire, souvent proposés de manière privée. Cette situation a coïncidé avec une augmentation des infections à la syphilis dans l'industrie du sexe, révélant les limites des régulations actuelles (Mitani, Terakoshi, Aruga & Washino, 2023). Ces dynamiques soulignent l'importance d'une gestion équilibrée entre satisfaction des besoins et préservation de la santé publique.

5.3.3 Les services satisfatoires interactionnels sans contacts physiques

5.3.3.1 Les hôtesses de clubs

Parreñas et Baker (2012) qualifient le travail de celles-ci comme une forme de séduction subtile, mêlant des gestes physiques limités (tenir la main, masser ou autoriser un bras autour de l'épaule) à des expressions d'attraction, qu'elles soient sincères ou feintes. Ces interactions créent une illusion d'intimité sexuelle, sans impliquer de rapports explicites. Allison (1994), dans sa recherche sur les hôtesses de clubs de luxe, souligne que les hôtesses doivent incarner une féminité idéalisée, traiter les clients comme des supérieurs et répondre à leurs désirs principalement à travers des interactions verbales, tout en évitant toute implication physique directe.

En dehors des clubs, les hôtesses prolongent cette illusion d'intimité par des communications régulières et personnalisées, telles que des appels ou des messages. Ces gestes, que Parreñas et Baker (2012) qualifient de soins émotionnels, valorisent les clients, renforcent leur attachement affectif et stimulent leur désir.

Allison (1994) avait observé des pratiques similaires dans d'autres contextes, tels que les *mama cafes* et services apparentés, où celles-ci assurent la continuité de l'attention en manifestant un intérêt pour la vie personnelle ou émotionnelle des clients, par exemple, en prenant des nouvelles sur des sujets abordés lors de visites précédentes.

Ces dynamiques s'inscrivent également dans des analyses proposées par Hochschild (2012), qui évoque le travail émotionnel comme un moyen de manipuler ou de gérer les émotions d'autrui dans un cadre professionnel. De même, Koch (2014, 2020) souligne comment ces pratiques, fortement genrées, visent à apaiser et réconforter des clients masculins tout en stimulant leur virilité. Ainsi, bien que ces pratiques puissent sembler empreintes de servilité, elles visent principalement à flatter l'ego masculin des clients et à renforcer leur sentiment de virilité, en leur permettant de se sentir valorisés et affirmés dans leur masculinité (Allison, 1994; Parreñas et Baker, 2012; Tsuji, 2018).

5.3.3.2 Les maid cafes ou meido kissa

Apparus au Japon dans les années 2000, ceux-ci reposent sur un concept de service fantaisiste de dévotion (servante-maître), où de jeunes serveuses costumées en *maids*, adoptant souvent une esthétique et des attitudes kawaii, offrent un service personnalisé. Ces interactions reconnues comme « pure fantaisie » 「純粋なファンタジー」 (*junsuina fantajī*) se traduisent dans une diversité d'expériences offertes et sont fréquemment utilisées dans le marketing des établissements (Galbraith, 2011).

Ces *maid cafes*, malgré une activité plutôt diurne et une clientèle plus jeune principalement composée d'*otaku* et de touristes curieux de faire l'expérience du « *wacky Japan* » (bizarries japonaises), (Wagenaar, 2016), partagent des mécanismes communs avec les clubs d'hôtesses. On y retrouve les concepts d'*iyashi* et de servitude, mais dans

des conditions généralement opposées : les *maids* ne consomment pas avec les clients et la consommation n'est pas basée sur l'alcool mais plutôt sur une ambiance de type « goûter » (boissons chaudes, sucrées, pâtisseries, petites spécialités, etc.) caractéristique d'un style de restauration récréative classé entre détente (*iyashi-kei*) et divertissement (*moe-kei*) (Sharp, 2014).

Un rituel typique, tel que chanter « *moe moe kyun* » 「萌え萌えきゅん」 à chaque service, illustre cette atmosphère dans laquelle « *kyun* » est une onomatopée et une mimétique qui met de l'emphase⁸⁰ et « *moe* »⁸¹ est une réponse affective. En renforçant les mots, la *maid* et le « maître » créent des formes de cœur avec leurs mains, qu'elles tiennent sur leur sein gauche et se dirigent vers la nourriture comme pour lancer des rayons d'amour, ce chant est accompagné de gestes de la main qui signifient « lancer des rayons d'amour, imprégnant symboliquement le repas d'*« amour »* (Galbraith 2019, 194). Après chaque commande livrée, la *maid* et le client célèbrent avec des applaudissements, un geste répétitif mais apprécié des habitués pour son caractère familier et synchronisé. Ce rituel renforce l'identité de la maid en tant que servante, les phrases et gestes répétitifs jouant un rôle central dans l'incarnation de ce personnage (Silvio, 2010).

Selon Azuma (2009), les *otaku* ont tendance à se focaliser sur ce qu'il appelle les « éléments *moe* » comme le *cosplay*, les costumes de *maids*, les mimiques, un zézaiement, les voix aiguës, le bandeau oreilles de chat, et tout ce qui relève du *kawaii*.

⁸⁰ Kyun réfère au fait de se sentir tout chose, d'être ému par une forte émotion; poitrine qui est contractée par l'émotion (Dictionnaire japonais.com, s.d.); *with a pitter-patter; choked up (with emotion); heart-wringing; momentary tightening of one's chest caused by powerful feelings (e.g. parting with a loved one)* (Jisho, s.d.)

⁸¹ Moe peut désigner soit l'émotion intense et brûlante ressentie par un fan envers un personnage, soit la « germination » de ce sentiment chez le fan. Il désigne également une qualité du personnage, c'est-à-dire la capacité du personnage à susciter un affect intense chez le fan (Silvio, 2010)

Pour les *maids*, cette personnalisation est essentielle, car leur clientèle, souvent composée d'*otaku*, recherche des liens émotionnels dans un cadre fantaisiste. Ces caractéristiques, présentes dans les *maid cafes*, répondent aux besoins émotionnels de cette clientèle souvent solitaire. Kam (2013) souligne que cette quête de connexion émotive découle des difficultés sociales des *otaku*, qui privilégient des interactions idéalisées et fantasmées.

Contrairement aux clubs d'hôtesses, où la « masculinité d'entreprise » peut inclure une forme de misogynie (Galbraith, 2011, citant Allison, 2006), la sexualité dans les *maid cafes* est plus subtile et suggérée par son absence explicite. Comme l'explique Galbraith (2011):

In the maid cafe, however, sexuality is most apparent in its absence, appearing explicitly nowhere and implicitly everywhere, for example the glimpse of white bloomers beneath a frilly skirt. Such moments are charged, but at the same time defused in interpretation as merely unguarded innocence.⁸² (paragr. 4)

Galbraith (2011) décrit les interactions dans les *maid cafes* comme une forme d'intimité alternative (*alternative intimacy*). Ces interactions, bien que dénuées de connotation sexuelle explicite, sont soigneusement conçues pour établir un sentiment de proximité émotionnelle et à une quête d'intimité consommable et fantasmée. L'*iyashi* se manifeste à travers ces interactions qui sont souvent comparées à une forme de thérapie sociale (Galbraith, 2011; Sharp, 2014).

⁸² Trad. Libre. Dans le maid cafe, la sexualité est toutefois plus apparente dans son absence, elle n'apparaît explicitement nulle part et implicitement partout, par exemple dans l'aperçu d'une culotte blanche sous une jupe à froufrous. De tels moments sont chargés, mais en même temps désamorcés dans l'interprétation comme une simple innocence sans défense.

En fin de compte, les *maid cafes* reflètent une réinvention japonaise des interactions sociales, répondant à des besoins contemporains tout en valorisant l'esthétique *kawaii* et les principes de connexion émotionnelle (Galbraith, 2011; Hochschild, 2012; Sharp, 2014). Cependant, comme le souligne Kam (2013), bien qu'ils répondent aux besoins affectifs et sociaux des *otaku*, ces cafés s'inscrivent également dans une stratégie commerciale, mobilisant des aptitudes perçues comme improductives sur le plan économique (immersion dans l'imaginaire, la collection ou la quête de connaissances) pour créer de la valeur économique dans les industries culturelles (manga, *anime*, produits dérivés).

5.3.3.3 Pour conclure

Tous ces types de services sans contact physique explicitement sexuel, (par exemple, clubs d'hôtesses, *snack-bars*, location de petites amies, *maid cafés*), partagent un socle commun autour du concept élargi de l'*iyashi*. Ils proposent des expériences centrées sur l'attention, l'écoute, la flatterie et l'empathie, répondant ainsi à des besoins émotionnels et psychologiques tout en nourrissant la consommation et l'économie.

5.3.4 Les ressources satisfatoires matérielles

Les ressources satisfatoires matérielles, qu'il s'agisse de vidéos, de *cosplay*, de mangas ou d'objets à vocation onanique comme les Tenga, s'inscrivent également sous le concept d'*iyashi*, par le plaisir qu'elles procurent et leur capacité à répondre à une multitude d'appétences. Ces objets matérialisent des expériences esthétiques et affectives, comme nous l'aborderons ici en prenant les exemples des *Love dolls* puis des ressources satisfatoires Tenga.

5.3.4.1 Les Love dolls

Parfois désignées sous divers termes tels que *sex dolls*, *robot Love dolls* ou encore *sex robots*, sont souvent regroupées sous un même chapeau, ce qui peut engendrer des confusions dans la recherche et l'analyse. Selon Harper et Lievesley (2020), malgré l'abondance de discussions autour des *Love dolls*, il existe une absence notable d'analyses empiriques sur les motivations psychologiques, les motivations et les implications comportementales de leur possession qui rend les débats actuels davantage basés sur des positions philosophiques que sur des preuves objectives.

Ces *Love dolls* sont conçues a priori pour favoriser une activité sexuelle mais cela ne reste pas leur seule vocation comme nous l'avons vu dans les résultats. Ce ne sont pas des humains qui ont été réduits à l'état d'objet, mais des objets réalisés à l'image sublimée et fictionnelle de la femme et investis en tant que tel. Giard, l'une des rares chercheuses à avoir consacré ses recherches au sujet spécifique des *Love dolls* au Japon, souligne qu'elles permettent à leurs utilisateurs de combler des besoins affectifs, voire thérapeutiques, comme entre autres une présence accompagnante (2016a). D'autres les perçoivent comme des œuvres d'art ou des objets de collection (Giard, 2016). Une tendance récente, comme abordé en section 4.2.9, a créé un marché qui offre désormais aux femmes et aux hommes (comme nous avons pu le voir sur leurs réseaux sociaux), la possibilité de se transformer en « *doll* » à des fins artistiques, personnelles ou encore professionnelles notamment dans l'industrie pornographique qui a commencé à développer une nouvelle catégorie pour ce nouveau genre.

Pour Giard (2015), ces poupées ne cherchent pas à reproduire l'humain à l'identique, mais plutôt à élaborer une créature imaginaire qui questionne les frontières de l'humain. Elle écrit :

En évitant de reproduire l'humain à l'identique, ils élaborent une créature imaginaire qui questionne ce qu'est l'humain, au-delà de la forme. Cette créature, dont la fonction première est de susciter le désir, s'offre paradoxalement comme une sorte de véhicule vacant, absent, en attente, qui simule l'humain en s'en faisant le miroir (s.n.p.).

Giard (2016a) associe la relation affective portée à ces *Love dolls*, à d'autres types de ressources satisfatoires dans l'espace public, par exemple, les personnages de manga et d'*anime*, les *Idols*, les jeux vidéo, etc.

5.3.4.2 L'exemple de Tenga

L'industrie japonaise *Tenga*, fondée en 2005, s'est spécialisée dans la conception de ressources satisfatoires matérielles à usage onanique, exclusivement destinées aux hommes. Elle a su s'imposer grâce à une communication innovante, notamment via les médias de masse et les espaces publics. Par exemple, la page *Tenga Voice* de son site web propose des entrevues approfondies avec des célébrités, mettant en parallèle leur carrière et leur relation avec les produits *Tenga* (*Tenga company*, s.d.-a).

L'un des éléments clés de son succès pourrait résider dans le design de ses produits, difficilement identifiables comme ayant une vocation sexuelle explicite. Arborant un design esthétique et souvent coloré, parfois élaboré en collaboration avec des artistes, ces objets peuvent être perçus comme décoratifs, une caractéristique soulignée par Theveny dans son vlog ([section 4.2.7.1](#)). Ce positionnement visuel leur permet de s'intégrer sans difficulté dans les espaces publics et les médias, tout en évitant les tabous culturels associés à la sexualité.

Tenga a mis également l'accent sur les bienfaits de ses produits, les présentant comme des articles sûrs, hygiéniques et conçus pour améliorer le bien-être sexuel, que ce soit individuellement ou en couple. L'entreprise, désormais internationale, promeut une vision inclusive et positive de la sexualité, qu'elle décrit comme une composante essentielle de la vie humaine transcendant les barrières d'âge, de genre et de culture. Elle prône une sexualité libérée de toute honte, célébrant « la merveille d'être en vie »⁸³, tout en soutenant des initiatives sociétales telles que l'égalité des sexes et l'inclusion des personnes handicapées (*Tenga company*, s.d.-b, s.d.-c).

Tenga se positionne ainsi non seulement comme un fabricant de produits intimes, mais également comme un acteur culturel et thérapeutique, intégrant les principes d'esthétique, d'éthique et de bienveillance qui s'inscrit dans la mouvance de l'*iyashi*.

Nous soumettons l'hypothèse que cette stratégie de communication et la mise en avant de ces concepts ont pu contribuer à faciliter l'acceptation de ces produits dans l'espace public du Japon. Ce repositionnement a éventuellement levé les tabous liés à leur achat, mais a également propulsé Tenga au rang d'acteur majeur, tant sur le plan économique que culturel, renforçant son influence sur la scène culturelle, publique, nationale et internationale.

5.3.5 Produits artistiques culturels-Fictions, fantasmes et déviances.

Dans l'espace public, où l'on retrouve notamment **le monde de l'anime, du manga et des jeux vidéo pour adultes**, les contenus ne sont généralement pas qualifiés explicitement par la terminologie: « sexe ». Ils se déclinent en une multitude de genres, chacun s'identifiant par son sujet ou le public auquel il s'adresse.

⁸³⁸³ Trad. Libre. 「生きている、すばらしさを」(Ikite iru, subarashisa wo),

5.3.5.1 Exemples de genres et leur catégorisation

Parmi ces genres, on peut citer les plus connus présentés dans les travaux de Galbraith (2009), Hays (2014), Sabre (2018):, soit: les *dōsei ai* 「同性愛」(amour entre personnes de même genre), le *ecchi* 「エッチ」(obscène ou légèrement érotique), les *futanari* 「二形」(hermaphrodite ou androgyne), le *shokushu gōkan* 「触手強姦」(scène de pénétration , viol par tentacules⁸⁴), le *lolicon* 「ロリコン」(représentations de jeunes filles souvent hypersexualisées), le *omorashi* 「お漏らし」(scénarios impliquant des fuites urinaires), le *bakunyū* 「爆乳」, seins démesurés; etc.

5.3.5.2 Du kawaii au hentai : une gradation des représentations

On retrouve une gradation allant de la romance douce et pudique, caractérisée par des héros hésitant à révéler leurs sentiments et une absence de contacts physiques relevant du *kawaii*, jusqu'à la pornographie la plus inventive et extrême portée par le *hentai* (Sabre, 2018).

5.3.5.3 La controverse autour du lolicon

Le *lolicon* constitue l'un des exemples les plus emblématiques et controversés, car il implique des représentations perçues comme relevant de la pédopornographie; et bien que ce genre soit interdit dans de nombreux pays occidentaux, il demeure autorisé au Japon (Sabre, 2018). Cette autorisation s'explique par le fait que, selon les autorités japonaises, comme souligné dans leurs échanges au CEDAW (section 1.6.4.1), ces œuvres ne représentent pas la réalité, mais uniquement des personnages et illustrations fictifs.

⁸⁴ Le *shokushu gōkan* (viol par des tentacules) est un concept japonais que nous retrouvons chez Katsushika Hokusai en 1814 avec Le Rêve de la femme du pêcheur. (Chateau-Canguilhem, 2019)

5.3.5.4 Le *hentai* dans le regard occidental

Les *animes* pour adultes, lorsqu'ils sont proposés sur des plateformes pornographiques en ligne, sont souvent regroupés sous la catégorie *hentai*, un terme utilisé principalement pour guider le public occidental (Galbraith, 2009). Selon les données de PornHub (2022), le *hentai* japonais est la catégorie la plus recherchée à travers le monde et la première dans les critères des internautes occidentaux. Giard (2008) précise que le terme *hentai* réfère généralement, en occident, à des films d'animation japonais mais également des mangas, à caractère pornographique, souvent associés à des représentations emblématiques telles que le viol d'une jeune femme par une créature tentaculaire. Le terme *hentai* 「變態」, composé de *hen* 「變」, étrange, bizarre) et *tai* 「態」, apparence, condition, état, forme), désigne ce qui est « pervers ». Il se traduit littéralement par « transformation », impliquant un passage d'un état normal à un état considéré comme anormal ou morbide. Comme le rappelle Chateau-Canguilhem (2019), cette définition initiale a acquis une connotation sexuelle en 1915, à la suite de l'ouvrage 「變態性欲論」*Hentai seiyoku ron* (Théorie du désir sexuel pervers) de Hada et Sawada, une traduction des travaux de von Krafft-Ebing et Chaddock (1893) *Psychopathia sexualis: With Especial Reference to Contrary Sexual Instinct: A Medico-Legal Study*. Toutefois, au Japon, *hentai* est devenu un terme de langage courant qui ne désigne pas spécifiquement la pornographie. Il est plutôt utilisé pour qualifier des éléments variés tels que le sadisme, le fétichisme ou la pédophilie, et sert parfois d'insulte pour qualifier une personne perçue comme « perverse » (Giard, 2008).

5.3.5.5 Succès international, hypothèse

Les productions japonaises de vidéos pour adultes, comprenant des milliers d'autres genres, se distinguent par leur capacité à explorer et représenter une variété impressionnante de fantasmes et de déviances assumées. Il semble pertinent d'envisager qu'une des raisons de leur succès puisse être d'offrir une variété de réponses aux fantasmes et appétences individuelles.

5.3.5.6 Héritage culturel et esthétique des représentations

Il y a également une forte présence de violence, voire d'extrême violence, dans ces représentations graphiques, ainsi que des histoires affectives familiales ou thérianthropiques ambiguës. Ces personnages sont souvent des êtres tour à tour mystiques, irréels, dotés de pouvoir, asexués, sexués, bisexués ou encore mi-animal (ou alien/divinité) et mi-humain. Cette représentation surdimensionnée et ces représentants ne sont pas nouveaux au Japon puisqu'on les retrouve, entre autres, dans les estampes sexuellement explicites populaires de l'époque d'Edo (「江戸時代」Edojidai, 1603-1867).

Cependant, la pornographie japonaise reste soumise à des restrictions légales strictes. Conformément à l'article 175 du code pénal japonais, tous les gros plans de parties génitales doivent être censurés par un procédé de pixélisation, qu'il s'agisse de vidéos mettant en scène des humains ou d'animations *hentai* (à l'exception des représentations non humaines ou fantastiques, qui échappent à cette règle).

5.3.5.7 Une économie affective et sociale culturelle

Selon Kam (2013), les mangas, jeux et *animes* pour adultes jouent un rôle central dans l'économie affective des *otaku*, en fournissant des récits et des personnages qui alimentent non seulement leur imagination, mais aussi des industries connexes telles que

les *maid cafés*, les produits dérivés (*goodies*), ou encore des objets de consommation tels que les oreillers à l'effigie d'héroïnes, les costumes de *cosplay*, etc. Par ailleurs, les différentes communautés de *fans* se distinguent par le partage d'un ensemble de connaissances spécifiques autour des objets de leur engouement qui s'effectue à travers divers médias (magazines, télévision, sites Internet, réseaux sociaux), lors de grands événements comme les salons et conventions, ou encore via des échanges interpersonnels (Jenkins, 2013 ; Sabre, 2009, 2018).

5.3.5.8 La mouvance de l'*iyashi*

Celle-ci est également fortement présente dans ces divers supports artistiques. Grâce à leur univers immersif et à leur esthétique soignée, ces œuvres offrent une échappatoire, même temporaire, à la solitude et à l'anxiété, contribuant ainsi à réduire le stress psychique (Kanesaka, 2022). Les genres, ambiances et personnages développés dans ces différentes œuvres artistiques se prolongent souvent dans les autres types de ressources satisfatoires telles que le *cosplay*, les *maids*, les thématiques des jeux de rôles, les chambres des *Love Hotels*, les services des *deriheru* ou encore dans les magasins pour adultes.

5.3.6 Divertissement pour adultes - conclusions

Ce point de discussion sur le divertissement pour adultes, a permis de mettre en lumière la diversité et la complexité des ressources satisfatoires au Japon. Celles-ci, qu'elles soient interactionnelles, matérielles, avec ou sans contact physique, se distinguent par leur ambition à répondre à des besoins émotionnels, psychologiques et physiques. Ces pratiques ne se limitent pas à des expressions et pratiques explicitement sexuelles, mais s'inscrivent dans un paysage culturel complexe, marqué par les notions d'*iyashi*, de *kawaii* (mignonnerie), ainsi que leur opposé, représenté par le *hentai*, le tout profondément ancré

dans l'imaginaire et la fiction. Elles incarnent une vision culturelle unique des ressources satisfatoires, ancrée dans des valeurs esthétiques, émotionnelles et sociales.

5.3.6.1 Le concept d'*iyashi*

Celui-ci apparaît comme un fil conducteur unifiant ces pratiques. Que ce soit à travers les interactions dans les clubs d'hôtesses, les *maid cafes*, ou les produits matériels comme les *Love dolls* et *Tenga*, l'*iyashi* est présenté comme une réponse aux pressions contemporaines en créant des espaces d'évasion émotionnelle et psychologique offrant des ressources pouvant permettre de réduire la solitude et l'anxiété tout en apportant un sentiment de bien-être.

5.3.6.2 Esthétique et sublimation

L'un des aspects les plus marquants des ressources satisfatoires est leur attention particulière à l'esthétique et à l'art. Qu'il s'agisse des *Love Hotels*, des dispositifs comme les *Tenga*, ou encore des *manga* et ressources sous la catégorie *hentai*, chaque élément est soigneusement conçu pour sublimer son contenu, évitant toute vulgarité ou grossièreté. Les professionnels œuvrant dans ces espaces publics incarnent des personnages minutieusement construits, que ce soit par leur apparence vestimentaire, leurs compétences communicationnelles ou l'aménagement des environnements dans lesquels ils évoluent. Cette recherche constante de finesse esthétique contribue à renforcer la cohérence culturelle et l'attrait de ces espaces.

5.3.6.3 Fiction, imaginaire et innovation

Le recours à la fiction et à l'imaginaire semble une composante essentielle des ressources satisfatoires. Les récits fictifs, les univers immersifs et les personnages idéalisés jouent un rôle clé, non seulement dans les produits culturels, mais aussi dans les

interactions sociales et les services proposés. Cette dimension fictionnelle permet d'explorer des formes alternatives d'intimité et de satisfaction, tout en évitant les tabous associés à la sexualité explicite.

5.3.6.4 Une dissociation culturelle du sexe

Une autre spécificité réside dans l'absence de références explicites au « sexe » dans la terminologie des ressources satisfatoires, en contraste avec les approches occidentales où le « sexe » et la nomination de ses pratiques, sont généralement explicitement nommés et catégorisés. Le Japon adopte une approche plus nuancée. Cette distinction linguistique et culturelle, entretenue par la distinction légale, apporte une manière différente de concevoir le plaisir, dissocié de la sexualité coïtale (associé à la prostitution donc interdit).

Cela se traduit par une subtile mise en scène de la satisfaction, ses ressources et les espaces qui les accueillent (médias de masse ou espaces publics physiques).

5.3.6.5 Une économie sexuelle et affective globale

En mobilisant des valeurs esthétiques et émotionnelles, ces ressources satisfatoires s'inscrivent également dans une économie affective. Leur succès, tant au Japon qu'à l'international, témoigne de leur capacité à offrir des réponses diversifiées aux appétences et fantasmes de chacun. Cette dynamique s'intègre dans un cadre commercial global tout en s'appuyant sur des traditions culturelles spécifiques.

5.3.6.6 En conclusion

Le divertissement pour adultes au Japon ne se limite pas à une consommation des ressources satisfatoires. Il reflète une véritable culture de l'attention portée à l'esthétique, à l'imaginaire et au bien-être. Cette approche de l'intimité, que l'on pourrait qualifier d'holistique, où se croisent fiction, émotions et innovation, contribue à redéfinir les normes

sociales et culturelles des ressources satisfatoires, offrant un modèle unique à l'interface entre tradition japonaise et modernité globale.

5.4 DES DÉVIANCES ASSUMÉES

Quel que soit le type de ressources satisfatoires, les personnes qui les fréquentent, en utilisent les services ou encore y travaillent, n'éprouvent aucune gêne ni honte (Bauhain & Tokitsu, s. d.; Hays, 2014; Poupée, 2012; Tev, 2019). Comme nous l'avons vu, celles-ci ont pignon sur rue dans les espaces publics et personne n'ignore leur usage.

Leur nombre, leur achalandage et leur médiatisation positive, portées par leurs représentants les plus populaires, contribuent à assumer leur place, à la valoriser et à affirmer leur bien-fondé. Les *Idols*, les hôtesses, les personnages de manga et d'*anime* ainsi que les acteurs et les actrices pornographiques sont régulièrement adulés et attirent des foules lors de représentations dans les espaces publics, tout comme ils génèrent des millions de vue et des abonnés fidèles sur les réseaux sociaux, leurs chaînes YouTube, Twitch et autres comme nous l'avons montré dans les résultats.

5.4.1 Petites annonces à caractère déviant.

Le fétichisme est un problème au Japon quand il est hors la loi. Par exemple, au Japon, les sous-vêtements de femmes sont les objets les plus volés sur les étendoirs des résidences privées ou les laveries. Ces vols sont considérés très sérieusement par la police et la justice tout comme n'importe quel autre vol. Il existe une peine spéciale prévue de 10 ans d'emprisonnement et environ 6 000 \$ d'amende selon Louis-San (2022). Les médias et la police vont présenter ces méfaits et exposer les objets retrouvés, par exemple, quand un homme a été arrêté pour le vol de sous-vêtements avec un cumul de 700 objets (Nicolas, 2021), le plus haut connu étant de 5000 objets (Louis-San, 2022). Il y a même des

reportages d'investigation qui ont été diffusés sur le sujet. Selon une étude, ce serait 16 % des femmes au Japon (soit environ sept millions) qui auraient été touchées par ce genre de vol (Louis-San, 2022)

De notre côté, nous avons assisté à un procès au tribunal d'un homme de 20 ans arrêté pour avoir volé des chaussures de sport dans des gymnases de filles. Il a eu une peine de trois mois d'emprisonnement ferme. Ainsi, il nous semble logique de retrouver dans nos résultats, de nombreuses ressources satisfatoires offrant la vente de ceux-ci dans un cadre légal.

5.4.2 En conclusion

Les ressources satisfatoires, qu'elles soient matérielles, interactionnelles ou déviantes, s'inscrivent dans un cadre socioculturel japonais qui transcende les tabous associés à la sexualité dans d'autres contextes culturels. Elles bénéficient d'une visibilité et d'une acceptation sociale grâce à leur intégration dans les espaces publics et leur valorisation par des figures emblématiques, telles que les *Idols*, les hôtesses ou les personnages fictifs issus de mangas et d'*anime*. Cette médiatisation, couplée à une large audience sur les réseaux sociaux et lors d'événements publics, contribue à légitimer leur existence et leur utilisation.

Cependant, la distinction entre ce qui est légalement permis et ce qui est transgressif reste un aspect central de ce paysage. Comme l'illustrent les petites annonces et pratiques liées aux objets fétichistes, la frontière entre déviance assumée et comportement illégal est clairement tracée, avec des sanctions sévères pour les infractions. Néanmoins, cette même frontière alimente un marché structuré qui répond aux appétences et aux désirs dans un cadre régulé.

5.5 UN ENCADREMENT NORMÉ ET LÉGIFÉRÉ.

Nous avons constaté que tous les secteurs offrant du divertissement pour adultes comme le *Love Hotel*, les *kyabakura* (cabarets d'hôtesse), le *deriheru* ou les magasins sont sous couvert d'un encadrement législatif, gouvernemental, mais également de l'industrie privée elle-même. Ils sont ainsi assujettis à l'ordonnance d'application de la loi concernant la réglementation des entreprises de divertissement pour adultes et l'optimisation des entreprises et, de fait, doivent demander une autorisation de démarrage d'entreprise au département de police de leur préfecture (Abe & Ubaura, 2017). Les services doivent demeurer dans la légalité, par exemple, ceux qui offrent des services de lavage , des massages très intimes manuels, buccaux ou de corps à corps mais sans acte coït qui relèverait de la loi relative à la prévention de la prostitution (Baishunbōshihō, Keihō 「壳春防止法」, code pénal 「刑法」 du Japon, 1^{er} avril 1957) et, de fait, sont illégaux et passibles de prison.

Les personnes qui travaillent dans ces entreprises sont des employés à part entière. Elles contribuent aux impositions fiscales et bénéficient des régimes de soins, de protection et de retraite du gouvernement comme tous les autres employés. Les gérants comme les patrons de ces entreprises et services sont également assujettis au code du travail et à la contribution fiscale. De nombreux sites Internet et consultants offrent un accompagnement complet à ceux qui se lancent dans ce type d'entreprise du divertissement pour adultes.

5.5.1 Respect et consentement

Au Japon, bien que la législation actuelle n'intègre pas explicitement le concept de consentement dans ses textes, les modifications proposées indiquent une reconnaissance croissante de son importance (Mukai, Pioch, Sadamura, Tozuka, Fukushima & Aizawa,

2024). Cependant, dans le contexte des ressources satisfatoires étudiées, ce respect du consentement semble déjà largement intégré et appliqué dans les pratiques, comme en témoignent les règles établies par les entreprises et les travailleuses.

Par exemple, dans les *maid cafes*, les clubs d'hôtesses et les snack-bars, toute forme de contact physique nécessite une autorisation préalable, une règle rigoureusement appliquée. De manière similaire, lors des événements de *cosplay*, les cosplayeuses s'exposant aux photographes ne sont ni touchées ni abordées sans invitation explicite. Enfin, l'exemple de l'actrice de films pornographiques qui offrait « 24h de *hugs* » dans un cadre public ([section 4.3.4.7](#)) illustre également cette norme implicite : elle n'était ni touchée ni interpellée par les participants, sauf lorsqu'elle en ouvrait elle-même l'opportunité.

En somme, bien que le consentement explicite ne soit pas juridiquement central dans le cadre législatif japonais, il se manifeste de manière tangible dans les pratiques culturelles et professionnelles associées aux ressources satisfatoires étudiées. Cette dynamique illustre une forme d'autorégulation où normes sociales et règles institutionnelles convergent pour encadrer les interactions, offrant un équilibre entre satisfaction des besoins et respect mutuel. Cette compréhension implicite du consentement pourrait s'expliquer par plusieurs hypothèses.

5.5.1.1 Influence culturelle et normes sociales

La société japonaise valorise le respect des conventions sociales, notamment dans les interactions en public et dans les environnements professionnels. Ces normes, renforcées par des règles explicites, contribueraient à établir des attentes comportementales claires et intérieurisées.

5.5.1.2 Esthétique relationnelle et harmonie sociale

Dans le cadre des établissements, cette dynamique pourrait également découler d'une volonté de préserver une certaine esthétique relationnelle, où les interactions restent codifiées et contrôlées pour maintenir une ambiance immersive et harmonieuse, en accord avec les principes d'*iyashi*. Cette approche contribuerait à éviter les débordements qui pourraient nuire à l'expérience des participants et au cadre proposé.

5.5.1.3 Préservation de l'image et réputation

Il est possible que cette compréhension implicite du consentement soit influencée par des préoccupations liées à l'image publique et à la réputation des entreprises et individus impliqués. Dans une société où l'harmonie sociale et la non-confrontation sont valorisées, les règles implicites et explicites encadrant les comportements deviennent un moyen de prévenir tout incident qui pourrait ternir la perception de ces industries.

5.5.1.4 Sécurité privée

Nous suggérons également la possibilité que cette régulation pourrait être renforcée par la présence de professionnels de la sécurité dans certains établissements ou lors de certains événements.

5.5.2.4 En conclusion

Bien que le consentement explicite ne soit pas central dans le cadre juridique japonais, il se manifeste clairement à travers des pratiques culturelles et professionnelles du milieu des ressources satisfatoires. Ces dynamiques illustrent une convergence entre normes sociales et règles institutionnelles, offrant un équilibre entre satisfaction des besoins, respect mutuel et préservation de l'harmonie sociale.

5.6 UNE ÉCONOMIE FLORISSANTE

L'économie des ressources satisfatoires reste difficile à mesurer précisément, car elle englobe non seulement la production et les ventes, mais également les revenus et les salaires des acteurs de ce secteur. En 2007, l'économiste Takashi Kadokura, dans son ouvrage livre « ¥678,000,000, 000. 世界の[下半身]経済が儲かる理由 *Sekai no [kahanshin]* keizai ga mōkaru riyū (Pourquoi l'économie mondiale [du bas du corps] » estimait les profits associés à l'industrie du sexe au Japon à environ 678 milliards de yens (678 000 000 000 ¥) soit environ 6,3 milliards de dollars canadiens (6 300 000 000 \$). Cependant, aucun calcul actualisé de cette ampleur n'a été effectué depuis près de 15 ans. Sachant que ce secteur a connu une croissance positive, il est raisonnable de supposer que ces chiffres pourraient aujourd'hui être encore plus élevés.

5.6.1 Les Love Hotels

Le Japon compte environ 5670 *Love Hotels*, soit 5,39 pour 100 000 adultes, selon les données déclarées par préfecture (Kubo, 2018a). Bien que certaines estimations non officielles situent leur nombre entre 20 000 et 30 000, ces chiffres officiels soulignent une réalité plus modérée. Toutefois, il est possible que la pandémie de Covid-19 ait entraîné une diminution significative, en raison des mesures restrictives et des fermetures d'établissements.

5.6.2 Les *sex-shops* et boutiques spécialisées

En 2022, le Japon comptait 114 *sex-shops* généralistes (Statista Research Department, 2023) et 930 boutiques spécialisées dans la vente de vidéos pour adultes (Horie, 2021). Ces établissements constituent un élément clé de l'industrie des ressources satisfatoires, offrant un large éventail de produits destinés à un public diversifié.

5.6.3 Services satisfatoires interactionnels

En 2016, le Japon comptait environ 55 000 *kyabakura* (cabarets clubs), soit presque 52 pour 100 000 habitants (Kubo, 2018b). Ces établissements incluent également des clubs d'*host*, dont le nombre est estimé à 981 (Phosphos, 2023).

En complément, on dénombre environ 1200 *soaplands*, 681 salons de massage et 22 400 fournisseurs de services hors magasin (Statista Research Department, 2023).

5.6.4 La production de vidéos pour adultes

Le Japon produit plus de 35 000 vidéos pour adultes par an (Tev, 2022). En 2022, environ 1 400 services d'achat en ligne de vidéos pour adultes opéraient dans l'industrie japonaise (Statista Research Department, 2023). Par ailleurs, PornHub, qui occupe la 13^e place des sites Internet les plus visités au monde avec près de 2,5 milliards de visiteurs annuels (Pauchant, 2023), rapporte que la pornographie japonaise est la catégorie la plus recherchée à l'échelle mondiale. Bien que les revenus exacts de cette industrie soient difficiles à isoler, les 35 000 productions annuelles et les 500 millions de dollars américains générés par PornHub en 2021 suggèrent une valeur marchande de plusieurs millions pour la pornographie japonaise.

5.6.5 Manga, *Anime*, Jeux Vidéo et Produits Dérivés

Les ressources satisfatoires s'entrelacent également avec l'industrie culturelle liée aux manga, *anime*, jeux vidéo et leurs nombreux produits dérivés. Bien qu'il soit difficile d'évaluer précisément les revenus économiques générés par cette partie de l'industrie, les Otaku en sont une frange reconnue comme de fervents consommateurs. En 2005, le *Nomura Research Institute (NRI)*, principal institut de recherche japonais, a estimé la « valeur marchande de la consommation des « *otaku* » à 411 milliards de yens » (Kam,

2013) soit environ 4,3 milliards de dollars canadiens, soulignant ainsi leur contribution significative à l'économie japonaise.

5.6.6 Love doll.

Bien que nous n'ayons pas trouvé de données spécifiques concernant l'industrie des *Love dolls* au Japon, Valverde (2012) affirme que la vente de ce type de produit représenterait un marché mondial pesant plusieurs millions de dollars.

5.6.7 Compagnie Tenga

TENGA Co., qui comme nous l'avons présentée est spécialisée dans les ressources satisfatoires matérielles, affiche une croissance remarquable. En 2023, l'entreprise a enregistré un chiffre d'affaires consolidé de 10,7 milliards de yens (\approx 102 millions \$ CAD), marquant une augmentation impressionnante de 107 % par rapport à 2022 et de 228 % par rapport à 2021 (TENGA Co., 2024). Ces chiffres témoignent de l'expansion rapide de l'entreprise, consolidant sa position de leader dans le secteur et illustrant l'essor continu des produits liés au bien-être intime au Japon et à l'international.

5.6.8 L'impact économique indirect : la consommation d'alcool

L'industrie de l'alcool représente une source de revenus significative pour le secteur des ressources satisfatoires au Japon, notamment dans des établissements tels que les clubs d'hôtesses et les *kyabakura*, où la consommation d'alcool constitue souvent le principal mode de revenus indirects. Sur le plan économique global, l'industrie des boissons alcoolisées est également un acteur majeur au Japon. En 2019, son marché était évalué à 85,8 milliards de dollars américains, mais ce chiffre a connu une diminution notable, atteignant 62,4 milliards de dollars en 2021, à la suite des impacts économiques de la pandémie (Wang, 2023). Malgré cette baisse, l'alcool demeure un pilier de ces

établissements, renforçant l'interconnexion entre l'économie du divertissement pour adultes et celle des boissons alcoolisées.

5.6.9 Conclusion

L'économie des ressources satisfatoires au Japon repose sur une structure complexe et diversifiée, englobant différents secteurs. Ces activités, soutenues par des consommateurs réguliers et une forte médiatisation, génèrent des revenus significatifs. Des entreprises comme TENGA Co. témoignent de l'expansion de ce marché, tandis que la consommation d'alcool dans les établissements de divertissement pour adultes représente un volet économique indirect mais substantiel.

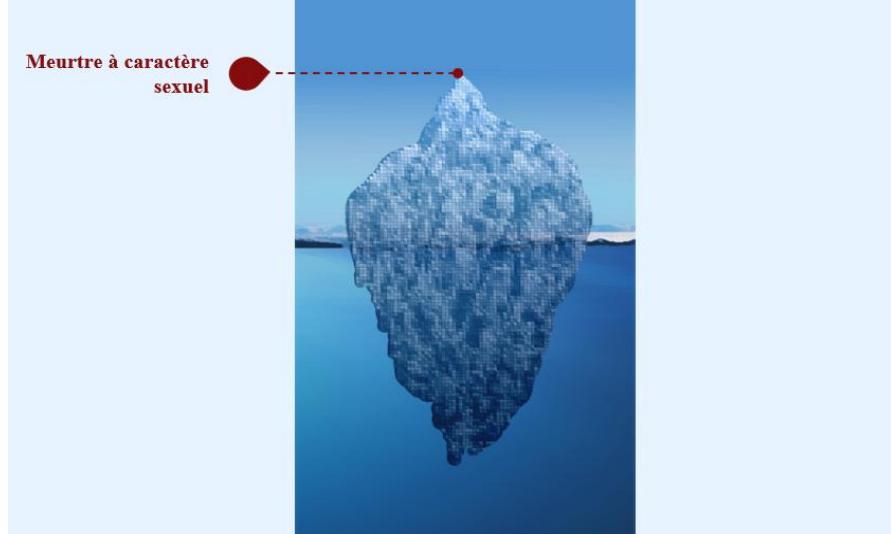
Portée par des concepts culturels tels que l'*iyashi*, le *kawaii* le *hentai* et l'esthétique et à la lumière des quelques-ressources que nous venons de présenter, cette économie fructueuse transcende la simple consommation pour répondre à des besoins émotionnels et sociaux, consolidant sa place au cœur du paysage économique et culturel japonais.

5.7 CONSTRUCTION THÉORIQUE FINALE

Comme nous l'avons présenté dans cette étude, notre démarche initiale visait à explorer le complexe et majeur problème de la violence sexuelle, en nous concentrant d'abord sur les meurtriers sexuels. Ce choix reposait sur l'hypothèse selon laquelle ces individus représentent l'aboutissement ultime de la violence sexuelle, associée à une notion de satisfaction, qu'elle soit liée ou non au plaisir sexuel, et conduisant à des conséquences irréversibles. Nous les avions ainsi positionnés au sommet de l'iceberg populationnel illustré à la figure 1, représentant une gradation des comportements masculins perçus comme atypiques, hors normes ou déviants. Pour faciliter la lecture, cette même illustration est reproduite dans la figure 31 ci-après

Figure 31

Iceberg populationnel



Le déroulement de cette recherche nous a ensuite amenée à examiner la situation particulière du Japon, où un taux exceptionnellement bas de violence sexuelle coexiste avec une présence tout aussi remarquable de ressources satisfatoires pour hommes dans l'espace public. Ces ressources, caractérisées par leur visibilité et leur spécificité culturelle, interpellent le monde occidental quant aux représentations normatives, à la déviance et à la pornographie. Leur omniprésence semble indiquer un usage significatif par les hommes japonais, un paradoxe qui remet en question certaines hypothèses concernant les contenus sexuels à caractère pornographique, les comportements considérés comme déviants, ainsi que la violence dans ces contenus et leur influence sur les agressions sexuelles.

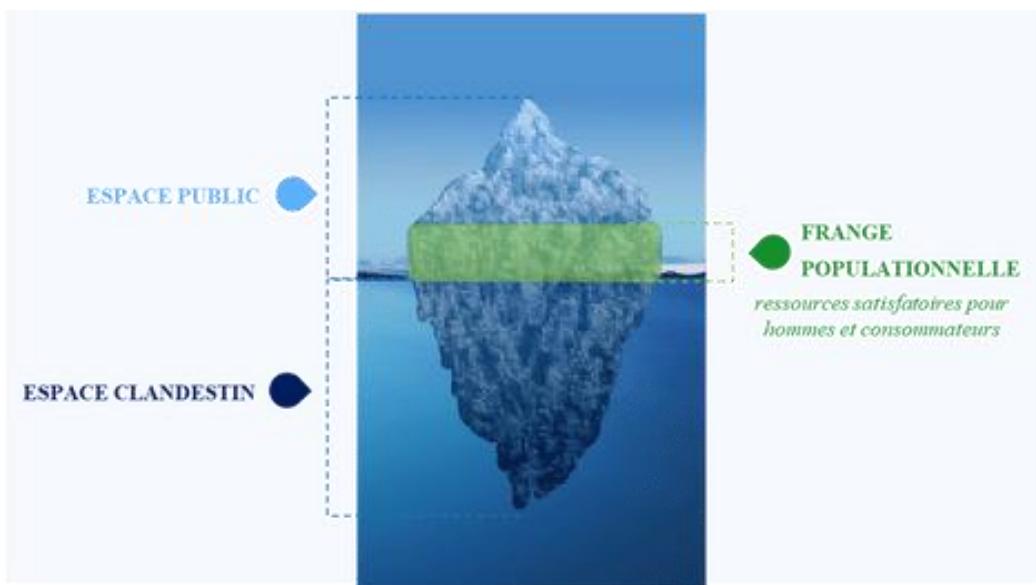
Face à ce constat, nous avons réorienté notre recherche vers l'étude de la communication publique entourant les ressources satisfatoires au Japon. En élargissant notre analyse à l'ensemble de la population masculine japonaise, nous avons déplacé notre focus vers la base immergée de l'iceberg populationnel, plutôt que son sommet comme illustrés à la figure 6 section 3.3.1.

Dans le cadre de cette étude, nous avons observé, collecté et analysé des données de terrain concernant l'offre, la consommation et la communication des ressources satisfatoires pour hommes dans les espaces publics et les médias de masse japonais. En nous appuyant sur le principe du *all is data* propre à la *grounded theory* (présentée [section 3.2.1](#)), nous avons cherché à comprendre ce phénomène tel qu'il se manifeste, en mettant de côté autant que possible les hypothèses occidentales concernant ces ressources satisfatoires destinées à l'industrie pour adultes.

Dans la figure 32 suivante, représentant l'iceberg populationnel du Japon, nous avons mis en exergue (partie colorée en vert) la frange symbolisant les ressources satisfatoires pour hommes dans l'espace public japonais et leurs consommateurs, quels que soient leurs caractères potentiels (déviant, violent, pornographique, érotique, etc.).

Figure 32

Iceberg populationnel du Japon, frange verte : ressources satisfatoires pour hommes et consommateurs



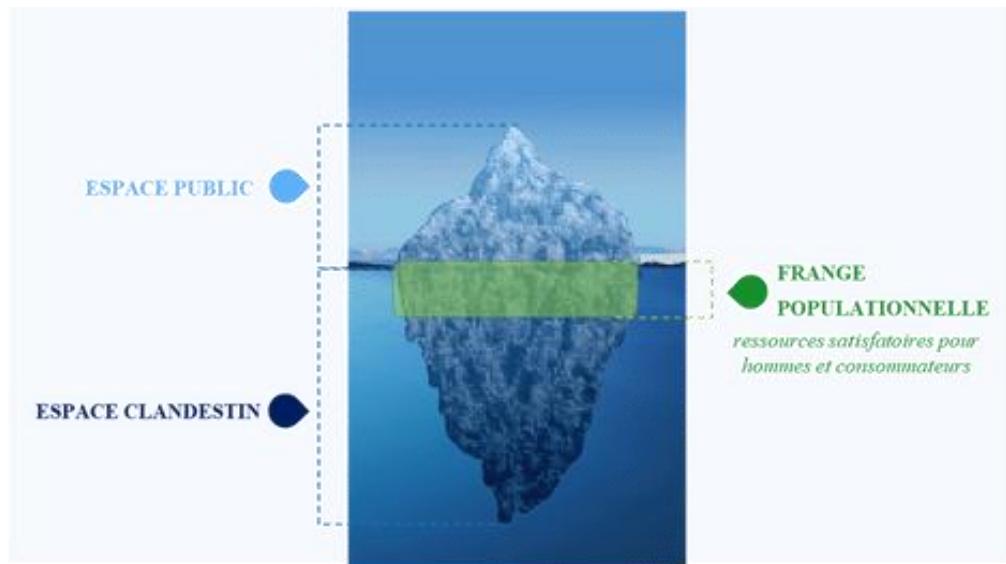
5.7.1 Énoncé central

L'évolution de notre travail d'analyse et la formalisation de nos énoncés présentés dans la discussion nous ont permis de constater que le Japon a su intégrer (ou maintenir) dans son espace public (ou partie émergée de l'iceberg) une frange de sa population masculine ainsi que les services satisfatoires répondant à leurs appétences. Cette intégration repose sur une acceptation culturelle des pratiques souvent perçues comme hors normes ailleurs, et sur une industrie légale fortement imprégnée du concept d'*Iyashi*. Cette dynamique est soutenue par un contrôle social direct et indirect, un encadrement législatif et normatif, un zonage spécifique des activités, un soutien médiatique, et une industrie économique prospère bénéficiant à la fois aux secteurs publics et privés et de fait, à la population dans son ensemble.

Nous pensons en revanche, que l'occident, pour de nombreuses hypothèses qui seraient intéressantes d'étudier, ne semble pas ouvrir son espace public à ces ressources satisfatoires pour la population masculine en général. De fait, en Occident, ces ressources satisfatoires et cette population se retrouvent (ou sont maintenues) dans la partie immergée de l'iceberg, soit l'espace clandestin, tel que présenté dans la figure 33 suivante.

Figure 33

Iceberg populationnel occidental



5.8 Hypothèse

Nous formulons l'hypothèse que la reconnaissance et l'intégration dans l'espace public d'une large frange de la population masculine japonaise, ainsi que la réponse à ses appétences par une diversité de ressources satisfatoires légales, pourraient éclairer le faible taux de violences sexuelles observé dans le pays, en contraste avec la situation en Occident.

5.8.1 Pour faire suite

Il apparaît essentiel de poursuivre les recherches dans cette direction afin de concevoir des solutions adaptées qui pourraient contribuer à une diminution des violences sexuelles en Occident, tout en apportant un enrichissement culturel et économique aux pays concernés et à leurs populations. Par ailleurs, les découvertes réalisées dans le cadre de cette étude exploratoire mettent en lumière de nombreux aspects qui mériteraient d'être approfondis en tant qu'objets de recherche à part entière.

Cette étude a également soulevé plusieurs interrogations et pistes de réflexion qui ouvrent la voie à de nouvelles recherches. Nous les présentons ici de manière exhaustive, avec l'ambition de les explorer davantage, car elles offrent des perspectives intéressantes et novatrices.

Ainsi, nous proposons, à la suite de nos conclusions dans le chapitre qui suit, les bases pour un programme de recherche spécifiquement dédié à ces thématiques.

THÉORISATION

6.1 DÉROULEMENT

6.1.1 Origine

Nous nous sommes, dans un premier temps, intéressée au cheminement de la violence sexuelle en orientant notre regard vers ceux que nous situions à la pointe de l'iceberg du fait de l'ultimité de leur acte, soit les meurtriers sexuels. Durant notre cheminement de recherche sur le sujet, notre exploration nous a amenée à nous intéresser à la situation particulière de cette problématique au Japon. Ce pays présente un taux de crimes violents, y compris les violences sexuelles, des plus bas au monde et la disparité est frappante lorsque l'on compare avec des pays industrialisés comparables sur le plan socio-économique.

6.1.2 Évolution de l'exploration

Notre étude s'est d'abord concentrée sur les meurtriers sexuels, situés à la pointe de l'iceberg populationnel des violences sexuelles. Nous avons orienté nos recherches vers le Japon, un pays affichant un des taux de violence sexuelle les plus bas au monde, en décalage avec des pays industrialisés comparables. En étudiant ce paradoxe, nous avons découvert un contexte culturel unique, marqué par une omniprésence de ressources satisfatoires à caractères sexuel pour hommes dans l'espace public et les médias de masse, venant à priori contredire les hypothèses largement répandues concernant la pornographie et son ascendant sur les agressions sexuelles.

6.1.3 Focus sur les ressources satisfatoires

En nous recentrant sur la base de la partie émergée de l'iceberg, à savoir la population masculine japonaise dans son ensemble, nous avons exploré la consommation et la communication des « ressources satisfatoires » à caractères sexuel, légitimes offertes aux hommes dans les espaces publics et dans les médias de masse japonais.

6.2 CONSTATS DÉCOULANT DES RÉSULTATS

6.2.1 Cadre légal et culturel unique

La disponibilité de ces ressources satisfatoires dans ces espaces apparaît dans des cadres normés et légiférés ce qui n'exclut pas des possibilités de transgressions ou de contournements comme nous l'avons vu. Ainsi, aucun acte sexuel, autre que le coït vaginal, n'est considéré comme illégal par la loi japonaise et, par conséquent, ne relève pas de la définition légale de la prostitution. Toutefois, le contournement le plus courant que nous avons observé repose sur le prétexte d'« être tombés amoureux », permettant de pratiquer ces actes en toute impunité, à condition qu'ils ne soient pas monnayés et se déroulent en dehors de l'établissement employant la travailleuse. Par ailleurs, certains services satisfatoires ont su exploiter d'autres formes de contournement, notamment à travers l'acceptation de cadeaux onéreux offerts par les hommes aux travailleuses. Cependant, de nombreux services satisfatoires exclusivement destinés aux hommes, bien que sexualisés, érotisés ou sensualisés, interdisent tout contact physique initié par le client, sauf si celui-ci est explicitement consenti par la travailleuse, comme nous l'avons illustré à travers de nombreux exemples dans nos résultats.

6.2.2 Concepts de fonds

Dans les établissements tels que les clubs d'hôtesses, les *maid cafés*, les *snack-bars*, etc., les services et ressources satisfatoires s'orientent davantage vers le concept d'« *iyashi* », c'est-à-dire de soins au sens large du terme. Ce concept englobe le bien-être en mêlant des attentions à caractère intime, qui relèvent parfois et entre autres, des soins affectifs, maternels, sensuels, etc., accompagnés d'interactions se traduisant par une écoute attentive, une flatterie très poussée et une empathie construite. Selon le cadre, ces services sont accompagnés d'attitudes corporelles poussées (expressions faciales joyeuses, rires joyeux, applaudissements) et/ou de comportements et apparence *kawaii*. À l'opposé, certains services adoptent des approches plus inspirées du *hentai*, mettant en scène des interactions basées sur l'insulte, les gifles ou des éléments de BDSM, renforçant des dynamiques de domination, ce concept étant également porté par les ressources satisfatoires matérielles et immatérielles comme nous l'avons expliqué.

D'autres services satisfatoires spécifiques autorisent un contact physique limité en fonction de la prestation commandée. Par exemple, dans les *soaplands*, la location de petites amies, le nettoyage d'oreilles la tête posée sur les genoux, s'allonger à côté d'une jeune femme, etc. Chaque interaction étant minutée et tarifée en conséquence.

6.3 DIVERTISSEMENT POUR ADULTE ET DIVERSITÉ DES RESSOURCES

6.3.1 Fantasmes et fantaisies

Certaines ressources satisfatoires, telles que les *Love Hotels*, répondent à une variété de fantasmes et de fantaisies, notamment pour les couples. Ces établissements se distinguent par leurs thématiques uniques et le matériel mis à disposition, proposant une gamme allant des environnements classiques à des ambiances plus audacieuses, inspirées

d'univers fantaisistes, de décors réalistes (par exemple, trame de métro, cabinet médical), ou de thématiques liées au BDSM. Le tout est proposé dans un cadre normé, discret et respectueux, avec des services de restauration et d'hôtellerie allant de l'offre basique au luxe, à l'instar des hôtels classiques.

6.3.2 Ressources satisfatoires pour femmes

Bien que les ressources satisfatoires destinées aux femmes ne constituaient pas le sujet de notre recherche, il nous semblait intéressant de noter que nous avons pu observer que la plupart des ressources satisfatoires offertes aux hommes trouvent leur pendant pour les femmes, tant en termes de production que de consommation. Par exemple, on observe des correspondances entre les clubs d'hôtesses et d'*host*, les thématiques de mangas érotiques ou *hentai*, la pornographie, le matériel sexuel, le *cosplay*, les *Idol(e)s*, ou encore la location de partenaires.

Cependant, deux exceptions se sont démarquées : les cabines dédiées à l'onanisme (sans qu'il y ait une interdiction explicite pour les femmes) et les *dolls*, pour lesquelles aucun équivalent féminin n'a été identifié dans les espaces publics mais une tendance chez les femmes à rechercher des services leurs permettant d'y ressembler et de se mettre dans diverses situations relevant « usuellement » de fonctions attribuées aux *dolls* « originales ».

En outre, les ressources satisfatoires destinées aux hommes, notamment en pharmacie et dans d'autres magasins physiques, bénéficient d'une présence et d'une visibilité plus marquées.

6.3.3 Esthétisme et art

Notre étude exploratoire n'a relevé aucune présentation grossière ou vulgaire dans ces espaces publics, sauf dans les cas où ces caractéristiques sont explicitement demandées dans le cadre des services proposés.

La majorité des ressources satisfatoires mettent l'accent sur l'esthétisme et l'artistique. Par exemple, les professionnels œuvrant dans ces espaces publics incarnent des personnages minutieusement élaborés, que ce soit par leur apparence vestimentaire, leurs compétences communicationnelles ou l'aménagement des environnements où ils évoluent. Une empreinte de fiction est souvent associée à ces mises en scène. Il en va de même pour les ressources matérielles telles que les *Love Hotels*, les produits Tenga, les mangas, les *hentai*, etc., où ceux-ci sont également présents et travaillés, avec une place importante à la fiction, quel que soit le thème proposé.

6.3.4 Fiction

Les ressources satisfatoires dans l'espace public japonais reposent largement sur une logique de fiction. Par exemple, des œuvres comme les mangas et les *animes* présentent souvent des personnages aux caractéristiques éloignées de la réalité. Ces représentations incluent fréquemment des éléments de violence, parfois extrême, ainsi que des récits mêlant ambiguïtés affectives, relations familiales complexes ou des éléments thérianthropiques. Les personnages, dotés de pouvoirs surnaturels, oscillent entre mysticisme et irréalité, et peuvent être asexués, sexués, bisexués, ou hybrides, combinant traits humains et animaux, voire aliens ou divins. Cette fascination pour ce type de représentations s'inscrit dans une continuité culturelle que l'on peut déjà observer dans la culture de l'ère Edo (1603-1867).

Ces fictions et personnages imaginaires sont omniprésents dans les médias de masses, que ce soit à travers la télévision, Internet, les mangas, les publicités, et bien d'autres médias, témoignant d'un succès indéniable. Ils se déclinent également dans divers espaces publics, notamment dans les ressources satisfatoires, comme les *Love Hotels*, *maid cafes*, etc. et dans une large gamme d'articles dérivés à leur effigie, tels que des coussins pour le corps, des costumes de *cosplay*, des préservatifs, et autres *goodies*.

6.3.5 Déviances, fantasmes et fantaisies

Les déviances sexuelles et fantaisies véhiculées par les hommes au Japon semblent présenter peu de différences de fonds par rapport à celles observées en Occident. Toutefois, trois particularités notables se distinguent : a) les thématiques symboliques « mère-fils » et « femme mature-jeune homme » dans les ressources pornographiques japonaises, contrastant avec les thèmes « père-fille » ou « homme mûr-jeune fille » davantage présents en Occident ; b) une préférence pour des fantasmes zoophiles orientés vers les céphalopodes et les squamates, spécifiques au Japon; c) une offre importante de matériel destiné au canal ejaculateur.

6.4 POINTS SAILLANTS

À travers cette étude, nous avons pu soulever quelques caractéristiques principales en ce qui a trait à l'environnement sociétal autour des ressources satisfatoires offertes publiquement et légalement au Japon:

- une reconnaissance et une mise en valeur culturelle et médiatique dans l'espace public (par exemple, les festivals, les manifestations et expositions, les rencontres réelles ou virtuelles, la publicité, la télévision, les réseaux et médias sociaux, etc.).

- un soutien et un accompagnement professionnel légal. Diverses entreprises, telles que les *soaplands*, *Love Hotels*, *snack-bars*, clubs d'hôtesses, etc. ainsi que les travailleuses (ou celles souhaitant le devenir), bénéficient du soutien de consultants (accompagnement spécifique pour la création et la gestion, conformité aux normes, etc.) et de nombreux guides et sites Internet dédiés.
- un contrôle social formel et informel, entre autres par un encadrement légiféré et normé, un enveloppement médiatique, et un zonage des activités. À cela s'ajoutent des conventions socioculturelles profondément ancrées, qui influencent les comportements et attitudes des acteurs de cette économie, tout en participant à la régulation implicite des pratiques.
- la place de l'art et un souci de l'esthétisme, perceptibles notamment à travers les designs, les mises en scène, les interactions, etc., des ressources satisfatoires, qu'elles soient matérielles, immatérielles, interactionnelles ou contextuelles,
- une économie significative, générant de l'emploi et des milliards de dollars.

Cependant, il existe également des zones d'ombre dans la législation permettant l'émergence d'une économie parallèle ou informelle, souvent associée à des activités proches de la prostitution.

EN CONCLUSION

Les espaces publics et les médias de masses offrent une gamme et une diversité de ressources satisfatoires répondant à des fantaisies, fantasmes sexuels ou affectifs singuliers ou déviants, parfois étiquetés comme pervers par la société japonaise sans pour autant y apporter un jugement négatif, que ce soit à travers des ressources concrètes, un soutien médiatique, un soutien commercial ou encore des manifestations culturelles, dans un encadrement légal et structuré.

Le Japon a ainsi intégré et conservé dans l'espace public une frange spécifique de sa population grâce à une acceptation culturelle des pratiques considérées comme hors normes et à une industrie légale de ressources satisfatoires répondant à leurs besoins. Ces ressources, inscrites dans le concept de l'*iyashi*, privilégient le bien-être tout en respectant une séparation légale interdisant le coït, conformément à la loi de prévention de la prostitution. Ces positionnements permettent un contrôle direct et indirect tout en soutenant une industrie prospère, bénéfique tant pour les secteurs public et privé que pour l'ensemble de la population japonaise.

Nous avons ainsi avancé l'hypothèse présupposant l'idée que cette intégration dans l'espace public d'une large frange de la population masculine japonaise, ainsi que la réponse à ses appétences par une diversité de ressources satisfatoires légales, comparable à celle qui, en Occident, chercherait ces mêmes réponses dans des espaces clandestins, pourrait contribuer au faible taux de violences sexuelles masculines observé au Japon.

Les résultats de cette étude exploratoire ont révélé de nombreux aspects qui justifient une analyse plus approfondie en tant qu'objets de recherche distincts. Par ailleurs, les données recueillies au cours de cette enquête soulèvent des questions stimulantes,

ouvrant la voie à de nouvelles pistes d'exploration et à des perspectives prometteuses pour des études futures.

7.1 RÉFLEXIONS SUR LA DÉMARCHE MÉTHODOLOGIQUE ET SON APPORT À LA RECHERCHE

Le maintien d'une posture épistémologique inductive tout au long de cette étude a favorisé une approche complètement ouverte à l'exploration du phénomène étudié. Cette ouverture a permis de nous laisser guider par les données émergentes, dans la construction et l'évolution de notre objet de recherche, en adoptant une démarche anthropologique enrichie d'une dimension ethnographique. Nous avons veillé à mettre de côté, autant que possible, nos préconceptions et préjugés occidentaux afin de nous engager dans une approche la plus dépourvue de biais possible, dans le souci d'une véritable immersion dans une nouvelle culture.

L'ouverture à la transdisciplinarité a permis de mobiliser des disciplines variées et des expertises complémentaires, enrichissant ainsi notre réflexion et nos analyses. Bien que notre approche culturelle ait exigé un investissement en temps considérable, elle a offert une perspective précieuse pour guider notre compréhension et affiner nos analyses. Nous espérons que cette démarche puisse inspirer et soutenir d'autres étudiants et chercheurs dans leurs projets de recherche respectifs.

PERSPECTIVES POUR DE NOUVELLES RECHERCHES

8.1 PROPOSITION D'UN PROGRAMME DE RECHERCHE BASÉ SUR LES RÉSULTATS DE LA THÈSE

Nous entretenons des intérêts profonds axés sur la défense des droits de la personne et de la dignité humaine et la justice sociale et œuvrons en ce sens depuis plus de 30 ans. Ainsi, depuis le début de nos études doctorales, il y a 10 ans, nous avons eu pour ambition de contribuer à la création d'une chaire de recherche interdisciplinaire, transdisciplinaire, interculturelle et internationale, dédiée au phénomène de la violence sexuelle.

Dans la mouvance des objectifs de l'UNESCO, nous avons à cœur de faire avancer connaissances en développant, entre autres, un système intégré combinant recherche, diffusion d'informations et documentation. Ce système pourrait favoriser les échanges interdisciplinaires et transdisciplinaires, sensibiliser les décideurs, les responsables politiques et les acteurs concernés, tout en encourageant la collaboration entre chercheurs et professeurs confirmés et émergeants.

C'est pourquoi, nous proposons ici l'ébauche d'une proposition pour un programme de recherche basés sur nos résultats et notre intérêt pour l'exploration des ressources internationales.

8.1.1 Fondements

- Explorations transdisciplinaires sur les ressources satisfatoires : culture, violence sexuelle et industries publiques au Japon et ailleurs.
- Orientations inductives, privilégiant l'exploration, l'observation, la comparaison et les entretiens.

Ces fondements s'articulent autour des thématiques, des hypothèses et des résultats émergents de notre thèse, ainsi que des questions issues de la communauté scientifique qui nous a accompagnée. Il vise principalement à approfondir la compréhension et les connaissances des dynamiques socioculturelles, économiques et juridiques des ressources satisfatoires, en prenant en compte leurs impacts sur les comportements individuels, les structures économiques, et les cadres légaux, tout en explorant leur potentiel pour comprendre et réduire la violence sexuelle.

8.1.2 Objectifs du programme

1. Analyser les liens entre les ressources satisfatoires et la violence sexuelle :

- ∞ examiner si la présence d'une industrie légale et normée de ressources satisfatoires peut être associée à des taux plus faibles de violences sexuelles dans différents contextes culturels.
- ∞ explorer la consommation de ressources satisfatoires des Japonais vs les comportements sexuels délictueux.
- ∞ étudier les mécanismes socioculturels qui favorisent l'intégration de ces pratiques dans l'espace public.
- ∞ étudier si une disponibilité publique et légale de ressources satisfatoires influence les comportements déviants ou violents.
- ∞ comparer les différences des résultats actuels et la situation postpandémique.

2. Analyser les implications éthiques, les cadres légaux et leur influence :

- ∞ comparer les systèmes juridiques japonais et occidentaux pour comprendre comment les cadres légaux façonnent les industries liées aux ressources satisfatoires.

- ∞ explorer la gestion pénale du gouvernement Japonais et leurs responsables d'applications concernant les différents types de ressources satisfatoires.
- ∞ explorer la gestion juridique des espaces privés sur Internet ainsi que dans les réseaux et médias sociaux.
- ∞ examiner les vides juridiques et les stratégies de contournement.
- ∞ comparer les cadres juridiques japonais et occidentaux régissant les ressources satisfatoires.

3. *Étendre l'analyse aux femmes et aux minorités :*

- ∞ explorer les ressources satisfatoires destinées aux femmes et aux minorités de genre pour comprendre les différences dans leur intégration et leur perception.
- ∞ analyser les impacts de ces ressources sur la santé et le bien-être des professionnels et professionnelles œuvrant dans différents secteurs des ressources satisfatoires.

4. *Étudier les ressources matérielles, telles que les Love dolls :*

- ∞ analyser les enjeux éthiques et socioculturels des *Love dolls*, en distinguant les représentations adultes et prépubères.
- ∞ étudier leurs modes de consommation, leurs utilisateurs et leurs impacts

5. *Explorer le rôle de la fiction et de l'esthétisme :*

- ∞ analyser la manière dont ces composantes influencent les notions de bien-être et de satisfaction dans différents groupes.
- ∞ étudier l'impact des représentations fictives (*mangas, hentai, Love Hotels*, etc.) sur les perceptions et les comportements liés à la sexualité et aux déviances.

6. Explorer le rôle des médias dans les représentations, la régulation et la normalisation des pratiques satisfatoires et des comportements associés :

- ∞ étudier les représentations médiatiques des ressources satisfatoires et leur impact sur les attitudes et comportements sociaux.
- ∞ étudier la manière dont les médias japonais dépeignent les ressources satisfatoires, qu'elles soient matérielles, interactionnelles ou immatérielles.
- ∞ identifier les stéréotypes véhiculés sur les genres, les relations sexuelles et les comportements hors normes.
- ∞ comparer ces représentations avec celles observées dans les médias occidentaux.

8.1.3 Axes thématiques prioritaires

A. Violence sexuelle et ressources satisfatoires :

- ∞ étudier l'impact des ressources satisfatoires sur les comportements sexuels déviants ou violents.
- ∞ explorer la manière dont la consommation de ressources satisfatoires par les hommes au Japon peut avoir un impact sur les comportements sexuels délictueux ?

B. Enjeux éthiques, légaux et socioculturels de la notion de consentement :

- ∞ étudier la place et la notion de consentement dans les services de ressources satisfatoires
- ∞ étudier les cadres légaux et éthiques concernant le consentement
- ∞ analyser la place sociale de la notion du consentement au Japon

C. Fiction, fantasmes et identité :

- ∞ comprendre le rôle des récits fictifs et des personnages fictifs dans la satisfaction des appétences sexuelles et affectives.
- ∞ analyser les différences culturelles entre les fantasmes au Japon et en Occident.

D. Mutations technologiques et régulation :

- ∞ analyser les défis liés à la régulation des espaces privés numériques.
- ∞ analyser les opportunités et les risques liés aux nouvelles technologies (réalité virtuelle, IA) dans la consommation de ces ressources.

E. Économie et société :

- ∞ quantifier l'impact économique des ressources satisfatoires dans divers contextes nationaux.
- ∞ étudier les dynamiques sociales et économiques générées par cette industrie.

F. Normes culturelles et intégration sociale :

- ∞ explorer les conventions socioculturelles qui permettent ou limitent l'intégration de ces pratiques dans l'espace public.
- ∞ étudier les attitudes des consommateurs et des non-consommateurs.
- ∞ examiner dans quelle mesure, les médias contribuent à l'acceptabilité et à la légitimation des pratiques perçues comme déviantes ou hors normes.
- ∞ identifier les motivations des utilisateurs et les représentations associées à aux *Love dolls*, ainsi que leur impact potentiel sur les normes et les comportements sociaux.
- ∞ comparer les perceptions et la régulation entre les cultures, en mettant en lumière les facteurs culturels influençant leur acceptation ou leur rejet.

G. Médias et espace culturel :

- ∞ étudier les mécanismes par lesquels les médias peuvent soit renforcer ou soit déconstruire les normes sociales liées à la sexualité.
- ∞ étudier comment les médias japonais traitent les ressources satisfatoires, qu'elles soient matérielles, interactionnelles ou immatérielles.
- ∞ comparer les représentations médiatiques des ressources satisfatoires au Japon et en Occident..
- ∞ étudier le rôle des médias dans la perception publique et le débat autour des produits matériels de type *Love doll*, qu'ils soient critiqués ou légitimés.

H. Enjeux éthiques, légaux et socioculturels des ressources satisfatoires matérielles de type Love doll :

- ∞ étudier les cadres légaux et éthiques
- ∞ analyser les lois régissant les ressources satisfatoires et leurs impacts sur les pratiques publiques et privées.
- ∞ étudier la gestion du gouvernement japonais sur le plan législatif et l'application des lois.
- ∞ explorer les implications éthiques liées à la production et à la consommation de ces ressources.
- ∞ comparer les cadres juridiques nationaux et internationaux concernant la production et la distribution des *Love dolls*

RÉFÉRENCES

- Abe, K., & Ubaura, M. 阿部 憲太 - 姥浦 道生. (2017). 【自治体のラブホテル建築規制条例に基づくラブホテルの立地規制に関する研究. 都市計画論文集】 Jichitai no rabuhoteru kenchiku kisei jōrei ni motodzuku rabuhoteru no ritchi kisei ni kansuru kenkyū. Toshi keikaku ronbun-shū [Une étude sur les réglementations d'emplacement pour les *Love hotels* basée sur les ordonnances municipales régissant la construction des *Love hotels*]. *Journal of the City Planning Institute of Japan*, 52(3), 421–428.
<https://doi.org/10.11361/journalcpij.52.421>
- Abroad in Japan. (2019, août 12). *What Owning a Love Hotel in Japan is Like* [Vidéo en ligne].
<https://www.youtube.com/watch?v=fso4yjbgceY>
- Adelstein, J. (2009). *Tōkyō vice: an American reporter on the police beat in Japan*. Pantheon books
- Adult VR Expo (2016). [【アダルトVR エキスポ 2016 開催内容】 Adaruto VR ekisupo 2016 kaisai naiyō [Contenu de l'Expo VR pour adultes 2016]]. [Image], <https://adult-vr.jp/avrexpo2016/>
- Agence France-Presse (2011, janvier). Les jeunes Japonais se désintéressent de plus en plus du sexe. *La Presse*. <https://www.lapresse.ca/vivre/sexualite/201101/14/01-4360217-les-jeunes-japonais-se-desinteressent-de-plus-en-plus-du-sexe.php>
- Aine, A. (2022). [Hotel Kojo in Kuwana City, Mie Prefecture closed] [Photographie].
<https://shumatsutraveler.club/?p=6451>
- Akamatsu, P., Elisseeff, V., Niquet, V., et Pajon, C. (2016). *Japon - Le territoire et les hommes – Histoire*, Encyclopædia Universalis, France
- Aldelstein, J. (2012). *Sexnomics: Japan's 100 billion dollar sex industry and the Pink Zone*. Japan Subculture Research center.
<http://www.japansubculture.com/sexnomics-japans-billion-dollar-sex-industry-and-the-pink-zone/>
- Algar, C. (2020, avril). Le nombre d'exécutions recensées à l'échelle mondiale atteint le niveau le plus bas en dix ans, mais les progrès restent entachés par des augmentations des exécutions dans quelques pays.
<https://amnistie.ca/sinformer/communiques/international/2020/international/nombre-dexecutions-recensees-lechelle>
- Amnesty International. (2006). *La peine de mort n'est pas dissuasive*.
<https://www.amnesty.org/download/Documents/68000/afr050042006fr.pdf>
- Amnesty International. (2020). *Amnesty international global report: Death sentences and executions 2019*. <https://www.amnesty.nl/content/uploads/2020/04/Amnesty-Death-Sentences-and-Executions-2019-v3-WEB.pdf?x48668>

Anahori, T. (2022, August 31). Japanese porn star Eimi Fukada holds 24-hour free hugs event for fans. *Tokyo Kinky*. <https://www.tokyokinky.com/japanese-porn-star-eimi-fukada-24-hour-free-hugs-event-fans/>

Aoki, T. (1999). 『アジアジレンマ』 Ajiājirenma [Asia Dilemma], Tōkyō: Chuokoron-Shinsha cité par Konishi, T. (2013). Diversity within an Asian country: Japanese criminal justice and criminology. In Liu, J., Hebbenton, B. et S. Jou (dir.). *Handbook of Asian criminology* (pp. 213-222). Springer

Aos, S., Miller, M. G., & Drake, E. (2006). *Evidence-based adult corrections programs: What works and what does not*. Washington State Institute for Public Policy.

AV 男爵しみけん. (2017, 25 octobre). [Alpha In] [Photographie].
<https://twitter.com/avshimiken/status/923163854066008064>

Ayres, J. (2012, august). *Japanese Sexual Deviancy in Every Day Life*.
<https://japanesesexualdeviancy.wordpress.com/2012/08/24/hello-world/>

Bagamimi バガミミ (2005, september 18). 『HG と江口寿史とフレディーマーキュリー』 HG to eguchi hisashi to furedīmākyūrī [HG, Hisashi Eguchi et Freddie Mercury]. [Vidéo]. Rakuten Blog <https://plaza.rakuten.co.jp/barbagamimi/diary/200509180000/>

Balutet, N. (2018). *Le frotteurisme dans le métro de Mexico : entretien avec Nicolas Balutet*. En Marges ! <https://enmarges.fr/2018/11/20/le-frotteurisme-dans-le-metro-de-mexico-entretien-avec-nicolas-balutet/>

Baril, K et Laforest, J. (2018). *Les agressions sexuelles*. Dans Laforest, J., Maurice, P., et Bouchard, L. M. (Dir.). *Rapport québécois sur la violence et la santé* (p. 56-95). Québec, Canada : Institut national de santé publique

Basset, B. (s.d.). *Le Japon, l'alcool et les taxes*. Associations Addictions France.
<https://addictions-france.org/articles/le-japon-lalcool-et-les-taxes/>

Bauhain, C., et Tokitsu, K. (s. d.). *Sexualité la sexualité, dans la société japonaise...* [Archives Japon]. <http://www.lejapon.org/forum/archive/index.php/t-2537.html>

Beauregard, E., & Martineau, M. (2012). A Descriptive Study of Sexual Homicide in Canada. *International Journal of Offender Therapy and Comparative Criminology*, 57(12), 1454-1476. <https://doi.org/10.1177/0306624x12456682>

Beauregard, M. (2016, octobre). *La non-efficacité de la peine de mort*.
<http://www.alterjustice.org/dossiers/articles/161010-non-efficacite-peine-de-mort.html>

Bellivier, F., Van Raemdonck, D., et Wu, J. (2008). *La peine de mort au Japon : la loi du silence*. *United Nations Humans Rights office de high commissioner*
<https://tbinternet.ohchr.org/Treaties/CCPR/Shared%20Documents/JPN/IF.pdf>

- Benoit, C., Shumka, L., Phillips, R., Kennedy, M. C., et Belle-Isle, L. M. (2015). *Dossier d'information : La violence à caractère sexuel faite aux femmes au Canada*. Gouvernement du Canada, Ministère fédéral de la Condition féminine
<https://cfc-swc.gc.ca/abu-ans/wwad-cqnf/svawc-vcsfc/index>
- Bernier, M.- F. (2008). Journalistes au pays de la convergence : sérénité, malaise et détresse dans la profession. *Recherches sociographiques*, 50(3), 695
- BestDelight HOTEL&SPA Group (s. d.-b). [Devanture du Sweets Hôtel Ruby Ets, Tōkyō. Plan de fête pour filles du groupe d'hôtel] [Photographie]. <https://best-delight.com/>
- BestDelight HOTEL&SPA Group (s.d.). [Hotel Lotus Gorgeous] [Photographie].
<https://kyoto-lotus-gorgeous.com/>
- Bestor, V. L., Lyon-Bestor, V., & Yamagata, A. (Eds.). (2011). Routledge handbook of Japanese culture and society (p. 251). Routledge. New York.
- Bloomenthal, A. (2020, avril). Darkweb. Investopedia, Laws & Regulations / Cybersecurity.
<https://www.investopedia.com/terms/d/dark-web.asp>.
- Boé, R. (2004). Comparaison des tendances en matière de criminalité et d'incarcération aux États-Unis, en Angleterre et au Canada de 1981 à 2001. Service correctionnel du Canada (2004 N° B-29).
<https://www.csc-scc.gc.ca/recherche/b29-fra.shtml#tphp>
- Boisvert, (2013, novembre). La guerre des Orgasmes au Japon. *Radio-Canada*.
<http://blogues.radio-canada.ca/originel/2013/11/28/guerre-des-orgasmes-au-japon/>
- Bondage japonais (2024). Dans *Wikipédia*. https://fr.wikipedia.org/wiki/Bondage_japonais
- Booking.com. (s. d. -a). [Hotel Luna Ibaraki (Adult Only)] [Photographie].
<https://www.booking.com/hotel/jp/sharuru-pero-no-shiroi-chapel-ibaraki.fr.html>
- Booking.com. (s. d.-b). *HOTEL ARTIA DINOSAUR MACHIDA* [Photographie]. Booking.com.
<https://www.booking.com/hotel/jp/artia-dinosaur-machida.html>
- Booking.com. (s. d.-c). [Hotel Beni East (Adult Only)] [Photographie].
<https://www.booking.com/hotel/jp/beni.html>
- Booking.com. (s. d.-d). [Hotel Pal Furugou (Love Hotel)] [Photographie].
<https://www.booking.com/hotel/jp/pal-furugou-adult-only.html>
- Booking.com. (s. d.-e). [Hotel Lotus Gorgeous Japan Kyoto] [Photographie].
<https://www.booking.com/hotel/jp/lotus-gorgeous-japan-kyoto-jing-du-fu-jing-du-shi.html>
- Boudreau, M. E. et Ouimet, M. (2010). L'impact de la couverture médiatique des violences sexuelles sur les taux d'agressions sexuelles au Québec entre 1974 et 2006. *Canadian*

- Journal of Criminology and Criminal Justice*, 52(5), 497-525.
<https://muse.jhu.edu/article/399684>
- Boulay, S. et Francoeur, C. (2014). Donner priorité aux données : adopter l'induction au cours d'une recherche sur les relations publiques et le journalisme. *Approches inductives en communication sociale*. 1(1), p. 38–69. <https://doi.org/10.7202/1025745ar>
- Bousquet, D., Moiron-Braud, E., Ronai, E., & Ressot, C. (2015). *Avis sur le harcèlement sexiste et les violences sexuelles dans les transports en commun*. Tech. rep., Haut conseil à l'égalité entre les femmes et les hommes.
https://www.haut-conseil-equalite.gouv.fr/IMG/pdf/hcefh_avis_harcelement_2015-04-16-vio-16.pdf
- Boutin, G. (2019). L'entretien de recherche qualitatif, 2^e éd : Théorie et pratique. Québec: Presses Universitaires du Québec.
- Boutros, M. (2018, 9 novembre). #MoiAussi: le taux d'agressions sexuelles déclarées a bondi au Québec. *Le Devoir*.
<https://www.ledevoir.com/societe/540916/le-taux-d-agressions-sexuelles-declarees-par-la-police-a-bondi-de-61-au-quebec>
- Boyce, J., Cotter, A., & Perreault, S. (2014). Police-reported crime statistics in Canada, 2013. *Statistics Canada, section Juristat*. <https://www150.statcan.gc.ca/n1/fr/pub/85-002-x/2014001/article/14040-fra.pdf?st=1tSG1Wz6>
- Brym, R. J. (2004). *New society: Sociology for the 21st Century*. Nelson Education Limited. ISBN 9780176224677.
- Burnain, U. (2022). Top 13 des sous-genres de hentai, les dessins animés porno bien bien chelous. *Topito*. <https://www.topito.com/top-genre-hentai>
- Busque, G., Corderre, C., Bronson, D., et Willems, N. D. (1988). *La pornographie décodée* (Vol. 1). Fédération des femmes du Québec, Montréal.
- Butchart, A., Mikton, C., Dahlberg, L. L., & Krug, E. G. (2015). Global status report on violence prevention 2014. *Issue Lab (Candid)*, 21(3), 213. <https://doi.org/10.1136/injuryprev-2015-041640>
- Carter, A. J., Hollin, C. R., Stefanska, E. B., Higgs, T. & S., Bloomfield (2017). The Use of Crime Scene and Demographic Information in the Identification of Non-Serial Sexual Homicide. *International Journal of Offender Therapy and Comparative Criminology*, 61(14), 1554-1569. <https://journals.sagepub.com/doi/pdf/>
- Caruso, J. (2012). La communauté BDSM (bondage/discipline, domination/soumission, sadomasochisme) de Montréal : enquête sur la culture BDSM et les codes et scénarios sexuels qui la constituent [Mémoire de maîtrise, Université du Québec à Montréal]. Archipel. <https://archipel.uqam.ca/5374/>

Central Intelligence Agency (Ed.). (2022). *The World Factbook 2022. Japan, East and Southeast Asia*. <https://www.cia.gov/the-world-factbook/countries/japan/#geography>

Centre national de ressources textuelles et lexicales (2015). Entendable. Dans *Ortolang, Outils et ressources pour un traitement optimisé de la langue*.
<https://www.cnrtl.fr/definition/dmf/entendable?idf>

Champagne, B. (2019). *Glamour vs boudoir*. Benoît Champagne Photographe.
<https://www.benoitchampagne.com/fr/glamour-vs-boudoir-2/>

Champault, F. (2015). Notes sur la tendance actuelle du sourire au Japon. 『埼玉大学紀要(教養学部)』 Saitamadaigaku kiyō (kyōyō gakubu) [Bulletin de l'Université de Saitama], 50(2).

Chan, H. C. (O.), Heide, K. M., & Myers, W. C. (2013). Juvenile and adult offenders arrested for sexual homicide: An analysis of victim–offender relationship and weapon used by race. *Journal of Forensic Sciences*, 58(1), 85–89.
<https://doi.org/10.1111/j.1556-4029.2012.02188.x>

Charmaz, K. (1983). The Grounded Theory Method: An Explication and Interpretation. Dans Emerson, R. M. (Ed.), *Contemporary Field Research* (p. 109-126). Little-Brown, Boston: États Unis.

Charmaz, K. (2006). *Constructing grounded theory*. SAGE Publications.

Charmaz, K. (2014). *Constructing grounded theory* (2^e ed). SAGE Publications.

Charpenel, Y. (2019). Chapitre Japon dans Système prostitutionnel: nouveaux défis, nouvelles réponses, 5ème rapport mondial sur l'exploitation sexuelle. Fondation Scelles. Paris.
<https://fondationscelles.org/pdf/RM5/DOSSIER-DE-PRESENTATION-Rapport-mondial-2019-sur-l-exploitation-sexuelle-FONDATION-SCELLES-v2.pdf>

Chateau-Canguilhem, J. (2019). Érotismes du corps augmenté dans la bande dessinée. Le Déclic, Ghost In The Shell, Druuna. *Captures*, 4(2).

Chenhall, R., & Oka, T. (2016). ‘The Way of Abstinence’: Stigma and Spirituality in Danshukai, a Japanese Self-help Organisation for Alcoholics. *Japanese Studies*, 36(1), 105-124.

Chopin, J., Beauregard, É., Gatherias, F. et Oliveira-Christiaen, E. (2020). L'influence des comportements paraphiliques sur le mode opératoire des agresseurs commettant des viols. *Criminologie*, 53(2), 109–141. <https://doi.org/10.7202/1074190ar>

Clermont-Goulet, J-M. (2022, 18 août). Le Japon lance un concours pour encourager les jeunes à boire plus d'alcool. *Actualités*. <https://www.24heures.ca/2022/08/18/le-japon-lance-un-concours-pour-encourager-les-jeunes-a-boire-plus-dalcool>

Comité pour l'élimination de la discrimination à l'égard des femmes (CEDAW), (2009, 20 juillet-7 août). Observations finales du Comité pour l'élimination de la discrimination à

l’égard des femmes, Japon, Quarante-quatrième session. Nations Unies
<https://undocs.org/fr/CEDAW/C/JPN/CO/6>

Comité pour l’élimination de la discrimination à l’égard des femmes (CEDAW). (2016, 15 février-4 mars). *Convention sur l’élimination de toutes les formes de discrimination à l’égard des femmes*. Nations Unies (Report CEDAW/C/JPN/Q/7-8/Add.1; p. 1).
<https://documents.un.org/doc/undoc/gen/n16/023/88/pdf/n1602388.pdf?OpenElement>

Conroy, S. & A. Cotter. (2017). “*Self-reported sexual assault in Canada, 2014.* ”. Statistics Canada section Juristat. <https://www150.statcan.gc.ca/n1/pub/85-002-x/2017001/article/14842-eng.htm>

Conseil de recherches en sciences humaines du Canada, Conseil de recherches en sciences naturelles et en génie du Canada, Instituts de recherche en santé du Canada. (2022). *Énoncé de politique des trois Conseils : Éthique de la recherche avec des êtres humains (EPTC2-2022)*. Ottawa : Secrétariat sur la conduite responsable de la recherche.
<https://ethics.gc.ca/fra/documents/tcps2-2022-fr.pdf>

Corbin, J. M. et Strauss, A. L. (1990). Grounded Theory Research: Procedures, Canons, and Evaluative Criteria. *Qualitative Sociology*, 13(1), 3-21.

Corbin, J., & Strauss, A. L. (2014). *Basics of qualitative research* (4^e éd.). Thousand Oaks, CA : Sage.

Da Silva Paternoster, M. (février, 2018). *Comment dire « Je t’aime » en japonais : Aishiteru ou Suki da yo ?* Nipponrama. <https://nipponrama.com/fr/blog/2018/02/19/aishiteru-suki/>

Darbellay, F. (2012). La circulation des savoirs. Interdisciplinarité, concepts nomades, analogies, métaphores. Peter Lang SA, Editions scientifiques internationales, Berne 2012

David. (Propos recueillis sur agoda.com) (2017, août). *Les avis sur Hotel Atlantis Otsu (Adult Only) provenant de réels voyageurs*. https://www.agoda.com/fr-fr/hotel-atlantis-otsu-adult-only_2/hotel/otsu-jp.html?cid=1844104

Davis, A. (2002). Public relations democracy: public relations, politics and the mass media in Britain. Manchester University Press.

Davis, A. (2002). Public Relations Democracy: Public Relations, Politics and the Mass Media in Britain. Manchester University Press eBooks

De Caunes, A. et Stuart, P. (2010, novembre). *Les toké de Tōkyō*. [Documentaire]. Canal+ France :

De Haas, C. (2017). « @EmmanuelMacron : Décrétez un plan d’urgence contre les violences sexuelles #1femmesur2 ». Change.org. <https://www.change.org/p/emmanuelmacron-d%C3%A9cr%C3%A9tez-un-plan-d-urgence-contre-les-violences-sexuelles-1femmesur2>

De la Villardière, B. (2016, octobre). *Japon : le sexe et l'amour en crise. Enquête exclusive*. M6 télévision. France

Delarue, JM. et al. (2018). Auteurs de violences sexuelles : prévention, évaluation, prise en charge. Rapport de la Commission d'audition du 17 juin 2018. Paris : Audition publique, 14-15 juin 2018, Auteurs de Violences Sexuelles : Prévention, évaluation, prise en charge. <https://criavs.fr/wp-content/uploads/2019/03/>

Delève, E. (2022, 19 août). *L'Agence japonaise des impôts finance depuis juillet un concours pour inciter les jeunes à boire... plus d'alcool !*. Radio France. https://www.francetvinfo.fr/replay-radio/le-monde-est-a-nous/au-japon-un-concours-pour-inciter-les-jeunes-a-boire-de-lalcool_5248192.html

Demont, V., et Sayah, A. (2012). Peine de mort menace dissuasive ou effet pervers ? *Études sur la mort*, 141(1), 79-94.

Diamond, M., & Uchiyama, A. (1999). Pornography, rape, and sex crimes in Japan. *International Journal of Law and Psychiatry*, 22(1), 1-22.

Doi, T. 土居 健郎 (1971/1981). 『「甘え」の構造 「Amae」 no Kōzō』 . [The Anatomy of Dependence (Amae no Kōzō): The Key Analysis of Japanese Behavior (revised edition 1973)] (Bester, J. Trad.). Kodansha International, Harper & Row

Dollhouse, A. (2015). *Hotel Windbell Magic* [Photographie]. <https://alicedollhouse.tumblr.com/post/114262766824/hotel-windbell-magic-and-hotel-melody>

Döring, N., & Pöschl, S. (2018). Sex toys, sex dolls, sex robots: Our under-researched bedfellows. *Sexologies*, 27(3), e51-e55. <https://www.nicola-doering.de/wp-content/uploads/2018/06/ 2018.pdf>

Dugan, L., Nagin, D. S., & Rosenfeld, R. (2003). Do domestic violence services save lives. *National Institute of Justice Journal*, 250, 20-25.

Dupuy, L. (2021). « *Co, multi, inter, ou trans-disciplinarité ? La confusion des genres* », Work in progress / Document de travail à destination des étudiants du CIEH (Certificat International d'Écologie Humaine), 2004 (1^{ère} version). <https://web-new.univ-pau.fr/RECHERCHE/CIEH/documents/genres.pdf>

Emploi et développement social Canada. (2015). *Indicateurs de mieux-être au Canada*. <http://mieux-être .edsc.gc.ca/misme-iowb/.3ndic.1t.4r@-fra.jsp?iid=57>

Enaco (2018, 12 aout). [夏コミ3日目お疲れ様でした！ Natsu komi 3-nichi-me otsukaresamadeshita! [Komi d'été jour 3, merci pour votre dur travail]]. [Photographie]. https://x.com/enako_cos/status/1028595290473787392

Équipe de prévision du marché Otaku du Nomura Research Institute (2005). *Recherche sur le marché Otaku*. Toyo Keizai Inc.

- Eveland Jr, W. P. (2002). The impact of news and entertainment media on perceptions of social reality. dans Dillard J.P. & M. Pfau (Eds.), *The persuasion handbook: developments in theory and practice* (chap. 31, p. 691-727). <http://dx.doi.org/10.4135/9781412976046.n31>
- Finklea, K. M. (2017, mars). *Dark web. Congressional Research Service.* <https://fas.org/sgp/crs/misc/R44101.pdf>.
- Fiore, G. (2023). Learning To Drink, Becoming A Social Adult. The Space of Sociality Reinvented in Work-Drinking Parties (Nomikai) In A Post-Pandemic Tōkyō. [Unpublished master's thesis, Università Ca' Foscari]
- Flood, M., & Pease, B. (2009). Factors influencing attitudes to violence against women. *Trauma, violence, & abuse*, 10(2), 125-142.
- Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO), (2018). *Demographic data.* <http://www.fao.org/statistics/en/>.
- Fortin, M-F. (2010). Fondements et étapes du processus de recherche. Méthodes quantitatives et qualitatives. 2^e éd. Chenelière Éducation.
- Francoeur, C. (2012). La transformation du service de l'information de Radio-Canada, *Recherches sociographiques*, 54(1), 159-163. Presses de l'Université du Québec.
- Frotteur. (2019). Dans *LeRobert dico en ligne*. <https://dictionnaire.lerobert.com/definition/frotteur>
- Fukuda, E. えいみ深田 [@深田えいみ Eimi Fukada] (2022, 27 août). 『チャンネル登録者数 100 万人突破記念』24 時間 TV ハグは地球を救う【世界で1 番抱かれるプロジェクト by 深田 えいみ】前半 [(Célébration du millionième abonné à la chaîne) Câlins télévisés 24 heures sur 24 Le projet le plus apprécié au monde par Eimi Fukada), Première moitié]. [Vidéo en ligne]. <https://www.youtube.com/live/8lOIZHXNYAI?si=JX-IKNAFS0M12Usf>
- Galbraith, P. W. (2009). *The Otaku Encyclopedia: An Insider's Guide to the Subculture of Cool Japan*. Kodansha International.
- Galbraith, P. W. (2011). "Maid in Japan: An Ethnographic Account of Alternative Intimacy" *Intersections: Gender, History and Culture in the Asian Context* 25. <http://intersections.anu.edu.au/issue25/galbraith.htm>
- Galbraith, P. W. (2019). *Otaku and the Struggle for Imagination in Japan*. Duke University Press.
- Giami, A. (2019). Des perversions sexuelles aux troubles paraphiliques : comment le consentement s'est imposé comme la valeur centrale dans les classifications médicales (p. 139-158). Dans Giami, A. et Py, B. Droits de l'Homme et sexualité. Vers la notion de droits sexuels? Éditions des archives contemporaines. <https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-02094207/document>

- Giard, A. (2008). Dictionnaire de l'amour et du plaisir au Japon. Glénat BD.
- Giard, A. (2015). Humanité désirée, humanité simulée: étude de l'effet de présence dans les objets anthropomorphiques au Japon. [Thèse de doctorat inédite, Paris 10].
- Giard, A. (2016a). *Un désir d'humain. Les « love doll » au Japon*. Belles Lettres. Paris, France.
- Giard, A. (2016b). L'imaginaire érotique au Japon. Glénat.
- Giard, G. (2017, octobre 16). *Un film « rose » peut en cacher un noir : Japon borderline*. <http://sexes.blogs.liberation.fr>
- Glaser, B. G. et Strauss, A. L. (1967). *The discovery of grounded theory*. Aldine Publishing.
- Glaser, B.G. (1992) Basics of Grounded Theory Analysis: Emergence vs. Forcing. Mill Valley, CA: Sociology Press.
- Glaser, B.G. et Strauss, A.L. (1995). La production de la théorie à partir des données (J.L. Fabiani, trad.). *Enquête*, 1(1995), 183-195. <https://enquete.revues.org/pdf/282>
- Goo (s. d.). 『Hentai とは. 英和・和英辞書』 Hentai to wa. Eiwa Kazuhide jisho [Qu'est-ce que le Hentai ? Dictionnaire anglais-japonais/japonais-anglais]. Dans *Goo*. <https://dictionary.goo.ne.jp/word/en/hentai/#ej-829864>
- Gordon, H. (2008). The treatment of paraphilic disorders: An historical perspective. *Criminal Behavior & Mental Health*, 18, 79-87. <https://doi.org/10.1002/cbm.687>
- Gordon, S. E. & White, J. W. (1994). Making Violence Sexy: Feminist Views on Pornography. *Psychology of Women Quarterly*, 18(2), 315-316.
- Gouvernement de l'Ontario, (mars, 2015). *Ce n'est jamais acceptable : Plan d'action pour mettre fin à la violence et au harcèlement sexuels*. <https://www.ontario.ca/fr/document/plan-daction-pour-mettre-un terme-la-violence-et-au-harclement-caractere-sexuel>
- Gray, V. (2022, 15 avril). [Sweets Hotel Ruby] [Photographie]. <https://www.littletokyoite.com/post/indoor-playground-shibuya-kids>
- Greenfield, P. M. (2004). Inadvertent exposure to pornography on the Internet: Implications of peer-to-peer file-sharing networks for child development and families. *Journal of Applied Developmental Psychology*, 25(6), 741-750.
- Guillemette, F. (2006a). L'approche de la Grounded Theory pour innover ? *Recherches qualitatives*, 26(1), 32-50.
- Guillemette, F. (2006b). L'engagement des enseignants du primaire et du secondaire dans leur développement professionnel. [Thèse de doctorat, Université du Québec à Trois-Rivières].

- Guillemette, F., et Luckerhoff, J. (2009). L'induction en méthodologie de la théorisation enracinée (MTE). *Recherches qualitatives*, 28(2), 4-21.
- Hadamitzky, W., Durmous, P., et Mochizuki, V. (2017). Kanji & kana 漢字とかな: manuel et lexique des 2141 caractères officiels de l'écriture japonaise: suivi de caractères composés formant un vocabulaire de base de plus de 12.000 mots. (7^e éd. revue et corrigée). Claire Maisonneuve, Paris.
- Hamel, C., Debauche, A., Brown, E., Lebugle, A., Lejbowicz, T., Mazuy, M., et Dupuis, J. (2016). Viols et agressions sexuelles en France : premiers résultats de l'enquête Virage. *Population Sociétés*, (10), 1-4.
- Hardt, M., & Negri, A. (2004). *Multitude: War and Democracy in the Age of Empire*. New York: Penguin Press.
- Harper, C. A., & Lievesley, R. (2020). Sex doll ownership: An agenda for research. *Current Psychiatry Reports*, 22, 1-8.
<https://link.springer.com/content/pdf/10.1007/s11920-020-01177-w.pdf>
- Haworth, A. (2013, October). *Why have young people in Japan stopped having sex?* The Guardian international edition. <https://www.theguardian.com/world/2013/oct/20/young-people-japan-stopped-having-sex>
- Hays, J. (2014). *Sex in Japan | Facts and details*. <https://factsanddetails.com/japan/cat19/sub127/item675.html>
- Hazelwood, R. R., & Warren, J. I. (2016). Linkage analysis: MO, ritual, and signature in serial sexual crimes. *Practical Aspects of Rape Investigation* (pp. 149-158). CRC Press.
- Hikari, H. & Yoon, J. (2022, 22 août). Drink Up, Japan Tells Young People. I'll Pass, Many Reply. *The New York Times*. <https://www.nytimes.com/2022/08/19/world/asia/japan-alcohol-contest.html>
- Hochschild, A. R. (2012). *The managed heart: Commercialization of human feeling*. University of California press. <https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/4410628/.pdf>
- Hoddenbagh, J., Zhang, T., et McDonald, S. E. (2014). *Estimation de l'incidence économique des crimes violents au Canada en 2009*. Gouvernement de Canada, Ministère de la Justice, Division de la recherche et de la statistique
<https://www.securitepublique.gc.ca/lbrr/archives/cnmcs-plcng/cn000043227470-fra.pdf>
- Hōmu-shō 「法務省」Ministry of Justice (MOJ) (mars 2013). 『犯罪被害に関する総合的研究 - 安全・安心な社会づくりのための基礎調査結果(第4回犯罪被害者実態(暗数)調査結果)』 Hanzai higai ni kansuru sōgō-teki kenkyū - anzen anshin'na shakai-dzukuri no tame no kiso chōsa kekka (dai 4-kai hanzai higaisha jittai (kura-sū) chōsa kekka [Recherche approfondie sur les dommages Causés par la criminalité - Résultats de l'enquête de base

pour créer une société sûre et sécurisée (résultats de l'enquête sur la situation réelle de la victime de \criminalité (chiffre sombre)] <http://www.moj.go.jp/content/000111101.pdf>

Honkawa, Y. (2023, 3 mars). 【日本の島の数】 Nihon no shima no kazu [nombre d'îles au japon], 【資料:国土地理院】 Shiryō: Kokudo chiru-in [source : Autorité de l'information géospatiale du Japon], Honkawa data tribune. <https://honkawa2.sakura.ne.jp/7230b.html>

Horie, M. 堀江もちこ (2021). 【日本ースケべな県民は？人口あたりのアダルトショップ数を47都道府県ランキングにしてみた】 Nihon'ichi sukebena kenmin wa? Jinkō-atari no adaruto shoppu-sū o 47 todōfuken rankingu ni shite mita. [Qui est le citoyen le plus obscène du Japon ? Nous avons classé les 47 préfectures en fonction du nombre de magasins pour adultes par habitant.] *Bunshun Online*. <https://bunshun.jp/articles/-/45039>

Horincq Detournay, R. (2021). Le concept d'emergent-fit dans les approches méthodologiques inductives. *Enjeux et société*, 8(1), 36–61. <https://doi.org/10.7202/1076535ar>

Hotel Alpha-In. (s. d.). [The medical style] [Photographie]. <https://hotelalphain.com/>

Hotel Artia Dinosaur. (s. d.). [803] [Photographie]. <https://machida-artia-dinosaur.com/room/executive.html>

Hotel France. (s. d.). [Amusement room] [Photographie]. <https://www.vivafrance.jp/room/room211>

Hotel Luna (s. d.). [Royal Room] [Photographie]. <https://ibaraki-luna.com/room/royal.html>

Hotel Sekitei. (2013). [Concept Toboggan aquatique] [Photographie]. <https://sekitei-hotel.jp/funabashi/>

Ici tou. Tv (2019, février). *L'amour et le sexe au Japon*. [Reportage télévisé] Ici tou.Tv, Ici.Radio-Canada

Institut de la statistique du Québec. (2017, août). *Comparaisons économiques internationales*. <https://statistique.quebec.ca/fr/document/profils-economiques-par-pays-et-territoire-et-tableaux-comparatifs-par-indicateur-2007-2016>

Institut de statistiques de l'UNESCO. (2020, mise à jour). *Données pour le développement durable*. <http://uis.unesco.org/fr>

Institut national de santé publique. (INSPQ), (2020, mise à jour). *Trousse Média sur les agressions sexuelles. Médias et agressions sexuelles*. Institut national de santé publique: <https://www.inspq.qc.ca/agression-sexuelle/medias-et-agressions-sexuelles>

Institute for Economics and Peace. (2020, June). *Global Peace Index 2020: Measuring Peace in a Complex World, Sydney*. <https://fr.countryeconomy.com/demographie/indice-global-peace>

- International Labour Organization (ILO). (2019). *Labour statistics*. ILOSTAT
<https://www.ilo.org/global/lang--en/index.htm>
- Itoh, Y. (1991). Socio-cultural backgrounds of Japanese interpersonal communication style. *Civilisations. Revue internationale d'anthropologie et de sciences humaines*, (39), 101-128.
- Iyashi kei 愈し系 (s.d.) Dans *Jisho*. <https://jisho.org/search/%E7%99%92%E3>
- Iyashi 愈し(s.d.). Dans *Jisho*, <https://jisho.org/word/%E7%99%92%E3%81%97>
- Izakaya 居酒屋(s.d.). Dans *Jisho*. <https://jisho.org/word/%E5%B1%85>
- James, J., & Proulx, J. (2014). A psychological and developmental profile of sexual murderers: A systematic review. *Aggression and Violent Behavior*, 19(5), 592-607.
- JapanDict (2024). 『ヤンキー』 Yankee. Dans *JapanDic*.
<https://www.japandict.com/%E3%83%A4%E3%83%B3%E3%82%AD%E3%83%BC>
- Japanese Comedian Meshida. (2021, décembre 9). *Why Are There Many Love Hotels in Sexless Japan* [Video en ligne]. <https://www.youtube.com/watch?v=Vq7qBCMg-Z8>
- Jenkins, H. (2006). *Convergence culture, where old and new media collide*. New York and London: New York University Press.
- Jenkins, H. (2013). *Textual Poachers: Television Fans and Participatory Culture*. Routledge.
- Jewkes, R., Sen, P. and Garcia-Moreno, C. (2002). Sexual Violence. Word Report on Violence and Health. Word Health Organization, Geneva, 213-239.
- Jiji Press 時事通信社(2005). 『小学館「DIME」のトレンド大賞受賞式で、話題の人物賞を受賞したタレントのレイザーラモンHGと特別賞の小池百合子環境相＝東京・内幸町の帝国ホテル』. Shōgakukan 'daimu' no torendo taishō jushō-shiki de, wadai no jinbutsu-shō o jushō shita tarento no reizāramon HG (migi) to tokubetsu-shō no koike yuriko kankyō-shō (hidari) = Tōkyō Uchisaiwaichō no teikokuhoteru. [Lors de la cérémonie de remise des Trend Awards « DIME » du Shogakukan, l'artiste Razor Ramon HG (à droite) a remporté le prix Hot Topics et Yuriko Koike, ministre de l'Environnement, a reçu un prix spécial à l'hôtel Imperial d'Uchisaiwai-cho, à Tokyo]. *Jiji.com*. - https://www.jiji.com/jc/d4?p=kik920-jpp04124888&d=d4_bbb
- Johnson, D. T. (2012). Japan's prosecution system. *Crime and Justice*, 41(1), 35-74.
- Journal 20 minutes.fr. (2016, juillet). *Le premier festival « porno et réalité virtuelle » annulé à cause d'une affluence record*. <https://www.20minutes.fr/monde/1887371-20160711-japon-premier-festival-porno-realite-virtuelle-annule-cause-affluence-record>
- Joyal, C. C. (2014). How anomalous are paraphilic interests? *Archives of Sexual Behavior*, 43(7), 1241-1243.

- Joyal, C. C. (2018). Controversies in the Definition of Paraphilia. *The Journal of Sexual Medicine*, 15(10), 1378-1380
- Joyal, C. C. (2022, juin). « Fantasmes et comportements sexuels : quelle normalité ? », dans NEO UQTR, Juin 2022, <https://neo.uqtr.ca/2022/06/28/fantasmes-et-comportementsquelle-normalite/>
- Juillet, P., et Allilaire, J. F. (2000). *Dictionnaire de psychiatrie : [français-anglais]*. France : Conseil international de la langue française, Presses universitaires de France.
- K's Baron Club. (s. d.). *Akoroke* [Photographie]. <https://acoloca.jp/introduce/ks-baronclub/>
- Kadokura, T. (2007). 『¥678,000,000, 000. 世界の[下半身]経済が儲かる理由』 ¥ 678, 000, 000, 000. Sekai no [kahanshin] keizai ga mōkaru riyū [Pourquoi l'économie mondiale [du bas du corps] est rentable] – Sexnomics : profits in the global sex economy. ISBN:978-4-7572-1354-8. Japan.
- Kam, T. H. (2013). The anxieties that make the ‘otaku’: capital and the common sense of consumption in contemporary Japan. *Japanese Studies*, 33(1), 39-61.
- Kanesaka, E. (2022). *The healing power of virtual cuteness*. Public Books. <https://www.researchgate.net/profile/Erica-Kanesaka/publication.pdf>
- Katambwe, J. M. (2008, mai). *La nouvelle communication sociale. Table ronde « Émergence et évolution du concept de communication publique »*. Communication présentée au 76e congrès de l'ACFAS. https://oraprdnt.uqtr.quebec.ca/pls/public/docs/GSC1707/F637804884_La_nouvelle_communication_sociale.pdf
- Kavedžija, I. (2018). Of manners and hedgehogs: Building closeness by maintaining distance. *The Australian Journal of Anthropology*, 29(2), 146-157.
- Keasler, M. (s. d.). [MK Caged Bed 2] [Photographie]. <https://www.mistykeasler.com/love-hotels/u1ypz8wo0wdzei91ohzl222skqofec>
- Keihō 刑法 Penal Code Japan (1907). 『明治四十年四月二十四日法律第四十五号』 1890-Nen 4 tsuki 24-nichi hōritsudai 45-gō [Act No.45 of 1907]. <https://www.cas.go.jp/jp/seisaku/hourei/data/PC.pdf>
- Kenshin 道喰謙信 (2017, 2 avril). 『かなまら祭』金山神社』 *Ka namara-sai' kinzan jinja [Kanamara Big Penis Festival]*. [Vidéo en ligne]. <https://www.youtube.com/watch?v=>
- Kieffer, M. (2013). *Violences sexuelles envers les femmes : émergence et construction d'une problématique sociale en France* [Mémoire de maîtrise, Université de Montréal]. Papirus. https://papyrus.bib.umontreal.ca/xmlui/bitstream/handle/1866/10605/Kieffer_Morgane_2013_memoire.pdf

- Kitaoka, T., Diago, L. A., Hagiwara, I., Kitazaki, S., & Yamane, S. (2008). Definition, detection and generation of Iyashi expressions. *Journal of Computational Science and Technology*, 2(4), 413-422. https://www.jstage.jst.go.jp/article/jcst/2/4/2_4_413/_pdf
- Knox, D., Huff, S., & Chang, I. J. (2017). Sex dolls-creepy or healthy? attitudes of undergraduates. *Journal of Positive Sexuality*, 3(2), 32-37. https://journalofpositivesexuality.org/wp-content/uploads/2022/06/10.56181.1.323_Sex-dolls-attitudes-of-undergraduates-Knox-Huff-Chang.pdf
- Kobayashi, T. 小林 拓矢 (2017, juillet). 都内「痴漢被害」7割が電車や駅で起きている女性専用車、防犯カメラの設置進む鉄道各社 「Tonai 'chikan higai' 7-wari ga densha ya eki de okite iru josei sen'yō-sha, bōhan kamera no setchi susumu tetsudō kakusha」 [70% des «dommages dus aux agressions» à Tōkyō se produisent dans les trains. Entreprises ferroviaires qui installent des voitures et des caméras de sécurité réservées aux femmes]. Toyo Keizai Online <https://toyokeizai.net/articles/-/125279>
- Koch, G. (2014). *The Libidinal Economy of the Japanese Sex Industry: Sexual Politics and Female Labor* [Thèse de doctorat, Université du Michigan]. https://deepblue.lib.umich.edu/bitstream/handle/2027.42/110490/gabikoch_1.pdf
- Koch, G. (2016). Producing iyashi: Healing and labor in Tokyo's Sex Industry. *American Ethnologist*, 43(4), 704-716. <https://doi.org/10.1111/amet.12385>
- Koch, G. (2020). Healing Labor: Japanese Sex Work in the Gendered Economy. Stanford University Press
- Konishi, T. (2013). Diversity within an Asian country: Japanese criminal justice and criminology In Liu, J., Hebberton, B. & S. Jou (Eds.). *Handbook of Asian criminology* (pp. 213-222). New York, NY: Springer
- Krug, E. G., Dahlberg, L. L., Mercy, J. A., Zwi, A., Lozano-Ascencio, R. (2002). *Rapport mondial sur la violence et la santé, sous la direction de l'Organisation mondiale de la Santé (OMS), Genève.* https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/42545/9242545619_fre.pdf
- Kubo, T. 久保哲朗 (2016a, mise à jour 2018). 『都道府県別統計とランキングで見る県民性』 Todōfukken betsū tōkei to rankingu de miru kenminzei [Caractéristiques préfectorales vues dans les statistiques et les classements par préfecture] Caractéristiques préfectorales constatées dans les statistiques et classements par préfecture] <https://todo-ran.com/t/kiji/19567>
- Kubo, T. 久保哲朗 (2016b, à jour 2018). 『都道府県別キャバクラ店舗数』 Todōfukken betsū kyabakura tenpo-sū [Nombre de cabarets par préfecture Caractéristiques préfectorales constatées dans les statistiques et classements par préfecture] <https://todo-ran.com/t/kiji/21314>

- Kutchinsky, B. (1985). Pornography and its effects in Denmark and the United States: A rejoinder and beyond. *Comparative Social Research*, (8), 301-330.
- Kutchinsky, B. (1991). Pornography and rape: Theory and practice? Evidence from crime data in four countries where pornography is easily available. *International Journal of Law and Psychiatry*, 14(1-2), 47-64.
- L'Obs. (2017, 17 octobre). "Me Too", "Quella volta che" : ces hashtags qui dénoncent le harcèlement dans le monde. *l'OBS, les Internets*.
<https://www.nouvelobs.com/les-internets/20171017.OBS6130/me-too-quella-volta-che-ces-hashtags-qui-denoncent-le-harcelement-dans-le-monde.html>
- Laforest, J., Maurice, P. et Bouchard, L M. (dir.). (2018). *Rapport québécois sur la violence et la santé*.
https://www.inspq.qc.ca/sites/default/files/publications/2380_rapport_quebecois_violence_sante.pdf
- Langcaster-James, M., & Bentley, G. R. (2018). Beyond the sex doll: post-human companionship and the rise of the 'allodoll'. *Robotics*, 7(4), 62.
- Laplantine, F. (2012). Lévi-Strauss Claude, 2011, L'autre face de la lune. Écrits sur le Japon. *Anthropologie et Sociétés*, 36(1-2), 297-302.
- Laplantine, F. (2017). Sobriété, humilité, retrait : la disparition du sujet dans la langue japonaise. Dans F. Laplantine, Le Japon ou le Sens des extrêmes (p. 79-89). Pocket.
- Lapouge, G. (S/D). Pornographie. Dans *Encyclopædia Universalis*
<https://www.universalis.fr/encyclopedie/pornographie/>
- Larminat, X. (2017). Sociologie de la déviance : des théories du passage à l'acte à la déviance comme processus. *Ressources en sciences économiques et sociales* - SES ENS
<http://ses.ens-lyon.fr/articles/sociologie-de-la-deviance>
- Laurent, C. (2018). *Makkoto Umai Zeyo, This is Truly Delicious: The Social Construction of Taste in the Region of Kōchi, Japan*. [Thèse de doctorat, Université de Montréal].
Papyrus. <https://hdl.handle.net/1866/21687>
- Le Breton, M. (2013, 21 octobre). *Pourquoi les jeunes Japonais ne font-ils plus l'amour ?* Life, Huffpost. https://www.huffingtonpost.fr/2013/10/21/pourquoi-les-japonais-ne-font-plus-lamour_n_4134827.html
- Leonardsen, D. (2002). The impossible case of Japan. *Australian & New Zealand Journal of Criminology*, 35(2), 203-229.
- Leonardsen, D. (2004). *Japan as a low-crime nation*. United Kingdom: Palgrave Macmillan.
- Leonardsen, D. (2010). *Crime in Japan: paradise lost?* United Kingdom: Palgrave Macmillan.

- Lewis, D. L. (2021). *Le concept de 「ma」 et l'identité nationale japonaise* [Thèse de doctorat, Université de Montréal]. Papyrus. <https://hdl.handle.net/1866/26402>
- Liem, M. C. A., & Pridemore, W. A. (2012). *Handbook of European homicide research: patterns, explanations, and country studies*. New York: Springer.
- Linz, D., & Donnerstein, E. I. (2012). The effects of counter-information on the acceptance of rape myths. In *Pornography: Research Advances and Policy Considerations* (pp. 259-288). London: Taylor and Francis.
- Lipsey, M. W., & Cullen, F. T. (2007). The effectiveness of correctional rehabilitation: A review of systematic reviews. *Annual Review of Law and Social Science*, (3), 297-320. <https://doi.org/10.1146/annurev.lawsocsci.3.081806.112833>
- Louis-San. (2021, décembre 18). *Les love hotels au Japon (c'est ma première fois)* [Vidéo en ligne]. https://www.youtube.com/watch?v=vdFBbNSp_9c
- Louis-San. (2022, 15 janvier). *Les voleurs 🎀 au Japon (J'ai halluciné sur ce phénomène)* [Vidéo en ligne]. <https://www.youtube.com/watch?v=6VEjsbAeNvM>
- Loyola, M. A., et Paicheler-Harrous, G. (2003). Sexualité, normes et contrôle social. Sexualité, normes et contrôle social. Paris : L'Harmattan
- Luckerhoff, J. et Guillemette, F. (2012). *Méthodologie de la théorisation enracinée. Fondements, procédures et usages*. Québec : Presse de l'Université du Québec.
- Macfarlane, A. (2009). Énigmatique Japon : Une enquête étonnée et savante. Autrement.
- MacKinnon, C. A. (1987). *Feminism unmodified: Discourses on life and law*. Harvard university press.
- Makino, S. 牧野成一 (2002). "Uchi and soto as cultural and linguistic metaphors. Exploring Japaneseeness: On Japanese enactments of culture and consciousness" dans Lewis, D. L. (2021). Le concept de 「ma」 et l'identité nationale japonaise [Thèse de doctorat, Université de Montréal]. Papyrus. <https://hdl.handle.net/1866/26402>
- Malamuth, N. M. et Donnerstein, E. (1984). *Pornography and sexual aggression*. Orlando: Academic Press.
- Manganas, A. (1986). Comité d'étude sur la pornographie et la prostitution, la pornographie et la prostitution au Canada (Rapport Fraser), Tomes I et II, Ottawa, ministère des Approvisionnements et Services Canada, 1985. *Les Cahiers de droit*, 27(2), 490-494.
- Marie, L. (2017, 13 novembre). 2017, un tournant dans la lutte contre le patriarcat ? - Scandale Weinstein, #BalanceTonPorc, écriture inclusive, harcèlement de rue. 2017 pourrait bien constituer l'année où les femmes ont dit stop. Slate.fr - Égalités / Monde <http://www.slate.fr/story/153714/2017-lannee-ou-les-femmes-ont-dit-stop>

- Mathieu, I. (2019, mise à jour 2023). La poupée qui a troublé les Terre-Neuviens. Le Soleil.
<https://www.latribune.ca/2019/04/29/la-poupee-qui-a-trouble-les-terre-neuviens-92cf2848701d98781b0bc2ea9dee0234/>
- Matsui, R. (2022, april 30). Inside Japan's Hostess Clubs. *Rabbit Hole*.
<https://rabbitholemag.com/inside-japans-hostess-clubs/>
- McLlland, M & Welker, J. (2015). *An Introduction To "Boys Love" in Japan*. In M. McLlland, K. Nagaike, K. Suganuma, & J. Welker (Eds.), *Boys Love Manga and Beyond: History, Culture, and Community in Japan* (pp. 3–20). University Press of Mississippi, USA.
- Méliani, V. (2013). Choisir l'analyse par théorisation ancrée : illustration des apports et des limites de la méthode. *Recherches qualitatives, Hors-Série* (15), 435-452
- Meloy, J. R. (2000). The nature and dynamics of sexual homicide. *Aggression and Violent Behavior*, 5(1), 1-22. [https://doi.org/10.1016/s1359-1789\(99\)00006-3](https://doi.org/10.1016/s1359-1789(99)00006-3)
- Mertens de Wilmars, C., et Niveau, L. (1962). *L'influence de L'évolution Culturelle sur L'équilibre Physique*. Académie royale des Sciences d'Outre-Mer.
- Mesmer, P. (2009, janvier). Les Japonais fous de "sex-toys". La société japonaise Tenga rencontre un énorme succès avec ses produits conçus pour satisfaire les hommes. Le Monde.fr. https://www.lemonde.fr/vous/article/2009/01/12/les-japonais-fous-de-sex-toys_1140759_3238.html
- Ministère fédéral de l'Économie et de la Protection du Climat (2023). *Sommet économique mondial (G7/20)*.
- Ministry of Justice (MOJ) (2017). *Enforcement of Proper Criminal Policy. Ministry of Justice 2017*, 1-52. <https://www.moj.go.jp/content/001221539.pdf>
- Misachi, J. (2019, August 7). *7 of the Busiest Train Stations in the World*. WorldAtlas.
<https://www.worldatlas.com/articles/7-of-the-busiest-train-stations-in-the-world.html>
- Mitani, Y., Terakoshi, Y., Aruga, M., et Washino, C. (2023). Flambée des cas de syphilis au Japon. *NHK WORLD*. <https://www3.nhk.or.jp/nhkworld/fr/news/backstories/2300>
- MMC RTV SLO (2004, 15 décembre). *Blazina namesto partnerke [un oreiller au lieu d'un partenaire]*. [image en ligne] <https://www.rtvslo.si/zabava-in-slog/zanimivosti/blazina-namesto-partnerke/164123>
- Mollica, R. F., & Son, L. (1989). Cultural dimensions in the evaluation and treatment of sexual trauma: An overview. *Psychiatric Clinics of North America*, 12(2), 363-379.
- Morin, R. (2016). « Can Child Dolls Keep Pedophiles from Offending? », *The Atlantic*,
<http://www.theatlantic.com/health/archive/2016/01/can-child-dolls-keep-pedophiles-from-offending/423324/>

Mukai, T., Pioch, C., Sadamura, M., Tozuka, K., Fukushima, Y., & Aizawa, I. (2024). Comparing Attitudes toward Sexual Consent between Japan and Canada. *Sexes*, 5(2), 46-57.

N'goal, G., Georges, L., et Chakroun, R. (S/D). *Expériences sexuelles et consommation de produits liés à la sexualité : Une étude exploratoire auprès des femmes françaises.* https://www.afmmarketing.org/fr/system/files/publications/fichier_1924.pdf

Nago なご @ikng_0 , (2019, 29 mai). [Illustration] Osaka-based illustrator, dans *Japan's 'chikan': An illustrated look at how sexual harassers grope women on trains.* dans Che, J. (2019, 11 juin) The Observers. France24. <https://observers.france24.com/en/20190611-japan-train-sexual-harassment-chikan-illustration>

Nakane, C. (1970). *Japanese society*. Berkeley, CA: University of California Press.

National Institute of Population and Social Security Research. (2020). * *Population data, Japan.* <http://www.ipss.go.jp/index-e.asp>

Nations Unies. (2014). *Commission pour la prévention du crime et la justice pénale - Rapport sur la vingt-troisième session* (13 décembre 2013 et 12-16 mai 2014). Conseil économique et social, 2014, Supplément n° 10. https://www.unodc.org/documents/commissions/CCPCJ/CCPCJ_Sessions/CCPCJ_23/Report/E2014_30_f_V1403809.pdf

Nicola, F. (2021). Un Japonais arrêté avec plus de 700 sous-vêtements volés à des femmes. *TDN - Tribunal Du Net.* <https://www.letribunaldunet.fr/faits-divers/japonais-vole-730-sous-vetements-feminins-laverie.html>

Nippon.com. (2016). « *Konbini* » : les commerces de proximité ouverts 24/7. <https://www.nippon.com/fr/features/jg00056/>

Noa. (2020). 進撃のノア shingeki noa. [Vidéo en ligne]. <https://www.youtube.com/channel/UCBqN11fVN9yxA0ARcQxU9sQ>

Nobuaki, T. (2023, 9 décembre). Editorial: Time for sweet talking is over for ubiquitous rip-off host clubs | *The Asahi Shimbun Asia & Japan Watch* <https://www.asahi.com/ajw/articles/15079463>

Nomura Research Institute 野村総合研究所 (2005). 『オタク市場の研究』 *Otaku ichiba no kenkyū [Recherche sur le marché Otaku]*. dans Okude, T 奥出拓摩(2008, 18 avril). 『「オタク」とは誰者か』 *Otaku' to wa nanimono ka [Qu'est un « otaku » ?]*. <http://www1.tcue.ac.jp/home1/takamatsu/106106/no.01>

Oishi, N. (2005). Women in motion: Globalization, state policies, and labor migration in Asia. Stanford University Press.

Okamoto, H. (s.d). Salarīman 『サラリーマンとは?』 Dans 世界大百科事典の新改訂版 *Sekaidaihyakkajiten no shin kaichōban* [Nouvelle édition révisée de l'Encyclopédie

- mondiale]* Heibonsha Co
<https://kotobank.jp/word/%E3%81%95%E3%82%89%E3%82%8A%E3%83%BC%E3%81%BE%E3%82%93-3153207>
- Oliveri, N. (2011). *Cyberdépendances : une étude comparative France-Japon.* France : L'Harmattan.
- Openminded. (2015). [À la découverte des *Love hotels* japonais] [Photographie].
<https://www.opnminded.com/2015/02/23/love-hotels-misty-keasler.html>
- Organisation mondiale de la Santé (2012). La violence à l'égard des femmes constitue un problème majeur de santé publique et une violation des droits fondamentaux.
WHO/RHR/12.37. <https://www.who.int/fr/news/item/20-06-2013-violence-against-women-a-global-health-problem-of-epidemic-proportions>
- Organisation mondiale de la Santé (2016). *Projet de plan d'action mondial contre la violence : rapport du Directeur général.* https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/252861/A69_9-fr.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Organisation mondiale de la Santé (OMS). (1996). *Quarante-neuvième Assemblée mondiale de la Santé, Genève, 20-25 mai 1996 : résolutions et décisions, annexes* (No. WHA49/1996/REC/1). https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/201162/WHA49_1996-REC-_fre.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Organisation mondiale de la Santé. Conseil exécutif, 111. (2003). *Mise en œuvre des recommandations du Rapport mondial sur la violence et la santé : Rapport du Secrétariat.* Récupéré de <https://apps.who.int/iris/handle/10665/80321>
- Ōsaki, A. 大崎甘奈 (2021, 22 mars). 【ジャンキーナイトタウンハードゲイ】 Jankīnaitotaunhādogei [Junkie Night Town Hard Gay]. *NicoVideo.* <https://www.nicovideo.jp/watch/sm38472880>
- Pandaman, Le. (2019, 13 juillet). *Je teste le pire love hôtel du Japon ! Pendant 24 h (ou presque)* [Vidéo en ligne]. <https://www.youtube.com/watch?v=Ah4pd4Glxr0>
- Paquot, T. (2009). *L'espace public.* Paris : La Découverte.
- Parreñas, R. S., et Baker, J. H. (2012). Le travail de care des hôtesses de bar au Japon. *Travailler*, 28(2), 15–31. <https://doi.org/10.3917/trav.028.0015>
- Partanen, J. (2006). Spectacles of Sociability and Drunkenness: on Alcohol and Drinking In Japan. *Contemporary Drug Problems*, 33(2), 177-204.
- Patrick, J. (2022, 26 juillet). *All about love hotels! Only In Japan* [Photographie]. <https://jonellepatrick.me/2014/02/20/all-about-love-hotels/>
- Pauchant, L. (2023, 17 mars). Documentaire Pornhub sur Netflix : les chiffres classés XXL du géant du porno sur internet. *Franceinfo.*

- https://www.francetvinfo.fr/societe/pornographie/documentaire-pornhub-sur-netflix-les-chiffres-classes-xxl-du-geant-du-porno-sur-internet_5710787.html
- Perreault, S. (2013). *Statistiques sur les crimes déclarés par la police au Canada, 2012. Juristat.* Centre canadien de la statistique juridique. gouvernement du Canada section sécurité publique <https://www.securitepublique.gc.ca/lbrr/archives/jrst11854-fra.pdf>
- Phosphos (2023). 【全掲載店舗 ホスホス】 [Zen keisai tenpo. Hosuhosu]. <https://www.host2.jp/shop/index.html>
- Picard, N. (2018). Beccaria. Revue d'histoire du droit de punir, vol. I, 2015. *Crime, Histoire & Sociétés / Crime, History & Societies*, 22(1), 139-140.
- Pierrat, J., et Sargos, A. (2005). *Yakusa: enquête au cœur de la mafia japonaise*. Paris, Flammarion. ISBN 978-2080687005
- Pilard, I. (2022, 30 novembre). Pop-up: qu'est-ce que c'est et comment les supprimer?. Dictionnaire du marketing-Web Marketing. *Journal du Net*. <https://www.journaldunet.fr/business/dictionnaire-du-marketing/1198333-pop-up-definition-et-blocage/>
- Pilon, S. (2015). Propension aux fantaisies sexuelles déviantes chez les agresseurs sexuels: l'influence des antécédents de victimisation sexuelle subie (Mémoire de maîtrise, Université du Québec à Montréal). Archipel. <https://archipel.uqam.ca/7672/1/M13906.pdf>
- Pioch, C. (2015). Perceptions du parcours de vie des meurtriers sexuels selon les sujets eux-mêmes et celles de l'environnement social personnel et professionnel [données non publiées]. Université Du Québec en Abitibi-Témiscamingue, Canada.
- Pioch, C., & Aizawa, I. (2022). La violence sexuelle, un problème sociétal majeur mondial, une situation unique: le Japon. *Enjeux et société*, 9(1), 183-210.
- Pittman, T. P., Nykiforuk, I. J., Mignone, J., Mandhane, P. J., Becker, A.B., & Kozyrskyj, A. L. (2012). The association between community stressors and asthma prevalence of school children in Winnipeg, Canada. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 9(2), 579 - 595.
- Pollerri, M. (2013). *Le kawaii : répercussion d'un idéal culturel et médiatique sur l'identité féminine japonaise* [Mémoire de maîtrise, Université de Montréal, Québec]. Papyrus. <https://hdl.handle.net/1866/10030>
- PopulationData.net (2020). *Données populationnelles mondiales : populations ; produit intérieur brut (PIB) ; Indicateur de développement humain (IDH) <https://www.populationdata.net/palmaries/>
- PornHub. (2022, 11 juillet). *2021 Year in Review - Pornhub Insights*. Pornhub Insights. <https://www.pornhub.com/insights/yir-2021>

- Poulin, R. (2011). *La mondialisation des industries du sexe*. Paris : Éditions Imago.
- Poulin, R. (2017). Une culture d'agression : masculinités, industries du sexe, meurtres en série et de masse. Saint-Joseph-du-Lac, Canada : E-editeur
- Poupée, K. (2012). *Les Japonais*. Tallandier. <https://doi-org.biblioproxy.uqtr.ca/10.3917/talla.poupe.2012.01>
- Poupée, K. (2014). Histoire du manga : Le miroir de la société japonaise.
- Pratt, J. (2007). *Penal populism*. United Kingdom, UK: Routledge.
- ProPublica. (2011). *PR industry fills vacuum left by shrinking newsrooms*.
<http://www.propublica.org/article/pr-industry-fills-vacuum-left-by-shrinking-newsrooms>
- Radio Télé Luxembourg (RTL). (2017, 13 novembre). Violences sexuelles : le nombre de plaintes a augmenté de 30% en octobre. Dans le sillon de l'affaire Weinstein, la parole se libère, en témoigne l'explosion du nombre de plaintes et témoignages de victimes.
<https://www rtl fr/actu/debats-societe/violences-sexuelles-le-nombre-de-plaintes-a-augmente-de-30-en-octobre-7790932661>
- Ramseyer, J. M., & Rasmussen, E. B. (2001). Why is the Japanese conviction rate so high? *The Journal of Legal Studies*, 30(1), 53-88.
- Rebick, M., & Takenaka, A. (2006). The changing Japanese family. (p. 19-32). Routledge.
- Roberts, J. V., & Grossman, M. G. (1993). Sexual homicide in Canada: A descriptive analysis. *Annals of Sex Research*, 6(1), 5-25.
- Ross, J. E., & Thaman, S. C. (Eds.). (2016). *Comparative criminal procedure*. Cheltenham, United Kingdom: Edward Elgar Publishing.
- Rotenberg, C. (2017). *Police-reported sexual assaults in Canada, 2009 to 2014: A statistical profile*. Statistique Canada section Juristat <https://www150.statcan.gc.ca/n1/pub/85-002-x/2017001/article/54866-eng.htm>
- Rotenberg, C. (2019). *Police-reported violent crimes against young women and girls in Canada's Provincial North and Territories, 2017*. Statistics Canada section Juristat
<https://www150.statcan.gc.ca/n1/pub/85-002-x/2019001/article/00012-eng.htm>
- Roynette, O. (2002). La construction du masculin. *Vingtième siècle. Revue d'histoire* (3), 85-96.
- Russell, D. E. (1988). Pornography and rape: A causal model. *Political Psychology*, 41-73.
- RynseOut. (2015, 2 septembre). [Hotel Zebra (Love Hotel) – Tokyo] [Photographie].
<https://www.flickr.com/photos/rynsout/21053676206>

Ryukoku University (N/D). *Ryukoku Criminology*. Ryukoku Criminology Research Center (CrimRC) – Corrections and Rehabilitation Center (CRC).
<https://crimrc.Ryukoku.ac.jp/en/outline/>

Sabre, C. (2009). Être vendeur, être fan: une cohabitation difficile. L'exemple d'une boutique spécialisée dans le manga. *Réseaux*, (1), 129-156.

Sabre, C. (2018). Entre kawaii et hentai, le Japon fantasmé à travers sa pop culture. *Téoros. Revue de recherche en tourisme*, 37(37, 2).

Sabre, C. (2018, 28 mai). *Entre kawaii et hentai, le Japon fantasmé à travers sa pop culture*.
<http://journals.openedition.org/teoros/3343>

Saito, K. (2013). Masculinity and Sexual Violence: Comparison between Japan and the United States (Mémoire de maîtrise, University of New Hampshire).
<https://scholars.unh.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1175&context=thesis>

Salmona, L., Salmona, M., Morand, E., & Roland, N. (2015). *Impact des violences sexuelles de l'enfance à l'âge adulte*.
https://www.fondation-enfance.org/wp-content/uploads/2016/10/memoire-traumatique-victimologie_impact_violences_sexuelles.pdf

Samson, C. (2021, December 20). *Japan is Banning Porn Magazines in Convenience Stores for the 2020 Olympics*. NextShark. <https://nextshark.com/japanese-stores-ban-porn-magazines>

Sara. (s. d.). [デラックス Derakkusu] [Photographie]. <https://sara-s-kinshicyo.jp/>

Schiller, J. (2015, 13 février). [High school room with uniform. Hotel Adonis, Osaka] [Photographie]. <https://www.wired.com/2015/02/misty-keasler-love-hotels/>

Semboku, A. (2023, 2 avril). *Bear meat vending machine proves popular in north Japan city*. The Mainichi. <https://mainichi.jp/english/articles/20230329/p2a/00m/0na/028000c>

Serrano, V. et Stassinet, D. (2017, 5 novembre). Violences sexuelles : 100 personnalités féminines réclament un "plan d'urgence" à Macron. *RTL*,
<https://www rtl.fr/actu/debats-societe/violences-sexuelles-cent-personnalites-feminines-demandent-a-emmanuel-macron-d-agir-7790807712>

Service correctionnel Canada (CSC-SCC), (2019). *Données criminalité*. <https://www.csc-scc.gc.ca/index-fr.shtml>

Service éditorial de Kawacolle カワコレメディア編集部, (janvier 2022). *Ouvrir des boutiques éphémères dans des endroits populaires d'Osaka et de Tōkyō*. https://media.kawacolle.jp/_ct/17511305

- Sharp, L. (2014). The heterogeneity of maid cafés: Exploring object-oriented fandom in Japan. *Transformative Works and Cultures, 16*.
<https://journal.transformativeworks.org/index.php/tw?inline=1>
- Shima, U. (2010, 23 février). [Photographie]. <https://shimautajapon.wordpress.com/2010/02/23/love-hotelclient/>
- Shingo, I. (2019, may). *Stop it! Tōkyō police anti-groper app becomes smash hit.*
<https://japantoday.com/category/crime/stop-it!-japan-anti-groper-app-becomes-smash-hit>
- Silvio, T. (2010). Animation: The new performance? *Journal of Linguistic Anthropology, 20*(2), 422-438.
- Sissons, H. (2012). Journalism and public relations: a tale of two discourses. *Discourse and Communication, 6*(3), 273-294.
- Smith, P., Gendreau, P., & Goggin, C. (2002). The effects of prison sentences and intermediate sanctions on recidivism: General effects and individual differences. Ottawa, ON: Solicitor General Canada.
- Soldati, L., et Eytan, A. (2014). Traitement des agresseurs sexuels: possibilités et limites. *Rev Med Suisse, 10*(422), 647-50. https://www.revmed.ch/view/519898/4238904/RMS_422_647.pdf
- Sora. (2019, 29 juin). *48H a TOKYO !* [Vidéo en ligne].
<https://www.youtube.com/watch?v=ekPXmCbWids>
- Stark, R. (1987). Deviant places: A theory of the ecology of crime. *Criminology, 25*(4), 893-910.
- Statista Research Department (2023, juin 7). *Japan: Number of Sex Shops 2022*. Statista.
<https://www.statista.com/statistics/1194856/japan-number-sex-shops/>
- Statistics Bureau of Japan, Ministry of Internal Affairs and Communications (MIC), (2020). *The Statistical Handbook of Japan 2018*.
<http://www.stat.go.jp/english/data/handbook/index.html>
- Statistics Canada (2017). Adult criminal court statistics in Canada, 2014/2015; Table 3 Cases completed in adult criminal court, by type of offence, Canada, 2013/2014 and 2014/2015
<https://www150.statcan.gc.ca/n1/pub/85-002-x/2017001/article/14699/tbl/tbl03-eng.htm>
- Statistics of Japan, Japanese Government (e-Stat), (2020, updated). *Japanese Government Statistics*. <https://www.e-stat.go.jp/en>
- Statistique Canada (2020). *Tableau 17-10-0005-01 Estimations de la population au 1er juillet, par âge et sexe, 2017*. <https://doi.org/10.25318/1710000501-fra>
- Stevenson, A. (2018). [Cherry Blossom Days] [Photographie].
<http://www.stevensonohana.com/2018/04/cherry-blossom-days.html>

- Strauss, A. L., & Corbin, J. (1990). *Basics of qualitative research*. Newbury Park, CA: Sage.
- Strauss, A. L., & Corbin, J. (1998). Basics of Qualitative Research: Techniques and procedures for developing grounded theory (2^e éd.). Thousand Oaks : Sage.
- Strauss, A., & Corbin, J.M. (2004). *Les fondements de la recherche qualitative. Techniques et procédures de développement de la théorie enracinée*. (M.-H. Soulet et K. Oeuvray, trad). Fribourg: Éditions Saint-Paul. (L'ouvrage original a été publié en 1990)
- Su, N. M., Lazar, A., Bardzell, J., & Bardzell, S. (2019). Of dolls and men: Anticipating sexual intimacy with robots. *ACM Transactions on Computer-Human Interaction (TOCHI)*, 26(3), 1-35. <https://dl.acm.org/doi/pdf/10.1145/3301422>
- Sugihara, Y., & Katsurada, E. (2002). Gender role development in Japanese culture: Diminishing gender role differences in a contemporary society. *Sex roles*, 47(9), 443-452.
- Sugoi Japan. (2022, October 23). *Family Mart Virtual Tour in Tōkyō | One of Japan's most popular Konbini store JP*. [Vidéo en ligne]. <https://www.youtube.com/watch?v=CoqSwveuVFE>
- Sweets Hotel Ets. (s. d.). [Rubis, chambre de luxe] [Photographie]. <https://shibuya-sweetshotel.com/>
- Taka, with [@JapanesewithTaka] (2020, 2023). *Learning Japanese with Taka - Improve your Japanese skill*. <https://www.youtube.com/@JapanesewithTakastreams>.
- Takahashi, N. (2009). 1.4 I-bunka-kan: L'interculturel vu du Japon. *Dynamiques interculturelles des Grandes Écoles*, 37.
- Takeyama, A. (2016). Staged seduction: Selling dreams in a Tōkyō host club. Stanford University Press.
- Tenga Co (2016, 7 juillet). 『祝 選挙もTENGAも18歳解禁！～投票行って、TENGAもゲット～』 Iwai senkyo mo tenga mo 18-sai kaikin! ~ Tōhyō itte, tenga mo Getto ~ [Célébrez le vote à 18 ans et le TENGA! ~ Votez et obtenez aussi un TENGA!]. Topics. Tenga. <https://www.tenga.co.jp/topics-archives/2016/07/07/2953/>)
- Tenga Co (2022, 11 janvier). 『TENGA チョコレート発売』 *Tenga chokorēto' hatsubai [TENGA Chocolat est sorti]*. Tenga. <https://www.tenga.co.jp/products/gift/tengachocolate2022/>
- Tenga Co (2024). 『数字で見るTENGA』 *Sūji de miru tenga [Tenga en chiffres]*. Tenga company. <https://tenga-group.com/en/company/numbers/>
- Tenga Co (s. d.) Tenga× Keith Haring. Tenga Live with wonder. <https://www.tenga.co.jp/products/collaboration/tengaxkeith-haring/>

Terrill, R. J. (2015). *World criminal justice systems: A comparative survey*. United Kingdom, UK: Routledge.

Theveny, B. [Tev-Ici Japon]. (2019a, 20 avril). *Le guide des Love Hotels au Japon* [Vidéo en ligne]. https://www.youtube.com/watch?v=FK8mQi8gva0&ab_channel=Tev-IciJapon

Theveny, B. [Tev-Ici Japon]. (2019b, 9 juillet). *Love Hotels #2 (On tombe dans l'excès)*. [Vidéo en ligne]. <https://www.youtube.com/watch?v=awRH7KFk0eY>

Theveny, B. [Tev-Ici Japon]. (2019c, 1 novembre). *Les Hôtesses au Japon (attention !)* [Vidéo en ligne]. https://www.youtube.com/watch?v=LYK5RNJTccw&ab_channel=Tev-IciJapon

Theveny, B. [Tev-Ici Japon]. (2020, 22 mai). *Les otaku au Japon (aidez-moi à comprendre)* [Vidéo en ligne]. <https://www.youtube.com/watch?v=ypXZxFHR6Zw>

Theveny, B. [Tev-Ici Japon]. (2022, 15 avril). *Le PORN au Japon (vous n'avez pas idée)* [Vidéo]. YouTube.
https://www.youtube.com/watch?v=4W2E4wgtnS0&ab_channel=Tev-IciJapon

Theveny, B. [Tev-Ici Japon]. (2023, 17 février). *Shopping 🛍 au Japon* [Vidéo en ligne].
<https://www.youtube.com/watch?v=z2Kz5-gxerI>

Thibaut, F. (2013). Approche psychiatrique des déviances sexuelles. Springer Paris.

Thomas, A. G., Stone, B., Bennett, P., Stewart-Williams, S., & Kennair, L. E. O. (2021). Sex Differences in Voyeuristic and Exhibitionistic Interests: Exploring the Mediating Roles of Sociosexuality and Sexual Compulsivity from an Evolutionary Perspective. *Archives of sexual behavior*, 50(5), 2151-2162.

Thomas, J. L. (2015). Les conséquences des violences sexuelles sur la santé physique : revue de la littérature. *Rev Fr Dommage Corp*, (3), 253-69.

Tōkyō Metropolitan Government (2020). *Population data*. <https://www.metro.tokyo.lg.jp/>

Tōkyō Metropolitan Police Department (2023, dernière mise à jour mai). 『都内における迷惑防止条例違反の検挙、性犯罪(強制わいせつ、強制性交等)の認知状況(令和4年中)』
Tonai ni okeru sei hanzai (kyōsei seikō-tō kyōsei waisetsu chikan) [Arrestations pour violation des ordonnances de prévention des nuisances à Tokyo, statut de reconnaissance des crimes sexuels (outrage à la pudeur, rapports sexuels forcés, etc.)].
<https://www.keishicho.metro.tokyo.lg.jp/kurashi/higai/koramu2/koramu8.html>

Tokyo Reporter Staff. (2019, 7 aout). *Tenga ajoute les premiers distributeurs automatiques à Sapporo*. <https://www.tokyoreporter.com/business/tenga-adds-first-vending-machines-in-sapporo/>

Truong, T. D. (1990). Sex, Money and Morality: Prostitution and Tourism in Southeast Asia. Zed Books

- Tsuji Toshichaho [@辻利茶舗] (2016, 23 juin). Publication de la compagnie offrant une «réduction électorale» 「選挙割」 à tout votant en vue de l'élection prochaine de la Chambre haute et mentionnant l'abaissement l'âge du vote à 18 ans] [Image en ligne]. Facebook. <https://www.facebook.com/kokura.tsujiri/photos/a.131130810324044/721561237947662>
- Tsuji, R. (2018). Sexless marriage in Japan as women's political resistance. *Feminist Encounters: A Journal of Critical Studies in Culture and Politics*, 2(2), 22.
- Tsuno, Y. (2014, 14 février). [The Rock Kowloon Walled City] [Photographie]. <https://making-of.afp.com/dans-le-secret-des-love-hotels-de-tokyo>
- United Nation Office on Drug and Crime (UNODC), (2020). *Crime and justice data*. <https://dataunodc.un.org/data/crime/sexual-violence>
- United Nations (2020). Department of Economic and Social Affairs (UN DESA). *Community data. <https://www.un.org/development/desa/en/>
- United Nations Asia and Far East Institute for the Prevention of Crime and treatment of Offenders (UNAFEI), (2020, mise à jour). *Crime and measure data*. <https://www.unafei.or.jp/english/index.html>
- United Nations Development Programme (UNDP). (2018). *The composite Human Development Index (HDI) – 2018 human development statistical update*. http://hdr.undp.org/sites/default/files/2018_human_development_statistical_update_fr.pdf
- Universalis, E., et Articles, L. G. (2015). Histoire du Japon : Universalis : Géographie, économie, histoire et politique. Encyclopaedia Universalis.
- Valverde, S. H. (2012). *The Modern Sex Doll-Owner: A Descriptive Analysis* [Mémoire de maîtrise, California Polytechnic State University]. DigitalCommons@CalPoly. <https://digitalcommons.calpoly.edu/theses/849>
- Vaulerin, A. (2015, 13 novembre). *L'étrange laxisme du Japon envers la prostitution infantile*. https://www.liberation.fr/planete/2015/11/13/l-etrange-laxisme-du-japon-envers-la-prostitution-infantile_1412833
- Vergue, I. (2022, 20 août). *Le Japon encourage les jeunes à consommer plus d'alcool*. Les Echos. <https://www.lesechos.fr/monde/asie-pacifique/le-japon-encourage-les-jeunes-a-consommer-plus-dalcool-1782881>
- von Krafft-Ebing, R., & Chaddock, C. G. (1893). *Psychopathia sexualis: With especial reference to contrary sexual instinct: A medico-legal study*. FA Davis. <https://books.google.ca/books?hl=fr>
- Wagenaar, W. (2016). “Wacky Japan: a new face of orientalism”. *Asia in Focus: A Nordic journal on Asia by early career researchers*, 3:46-51.

- Weekender Editor. (2023, 24 janvier). [Universe] [Photographie].
<https://www.tokyoweekender.com/travel/best-themed-love-hotels-japan/>
- Weekends with Sy. (2022, 2 septembre). *Must-visit bookstore in Japan l TSUTAYA Bookstore / 代官山 T-SITE Daikanyama T-Site l Weekends with Sy* [Vidéo en ligne].
<https://www.youtube.com/watch?v=xrhRjFj-Tj8>
- Weick, K. E. (1989). Theory construction as disciplined imagination. *Academy of management review, 14*(4), 516-531.
- World Bank Group. (2019). *Global statistical data*.
<https://www.worldbank.org/en/news/feature/2019/12/20/year-in-review-2019-in-charts>
- World Health Organization / London School of Hygiene and Tropical Medicine (2010). World Health Organization / London School of Hygiene and Tropical Medicine. Preventing intimate partner and sexual violence against women: taking action and generating evidence.
- World Health Organization, (WHO), (2017, novembre). *Violence against women*.
<https://www.who.int/fr/news-room/fact-sheets/detail/violence-against-women>
- World Health Organization, (WHO). (2012). Understanding and addressing violence against women: Intimate partner violence (No. WHO/RHR/12.36). World Health Organization.
- Wright, P. J., Malamuth, N. M., & Donnerstein, E. (2012). Research on sex in the media: What do we know about effects on children and adolescents? In D. G. Singer & J. L. Singer (Eds.), *Handbook of children and the media* (pp. 273–302). Sage Publications, Inc.
- Yahoo! Japan. (s. d.). [Hotel Atlantis 町田店 Machida-ten] [Photographie].
<https://loco.yahoo.co.jp/place/g-MtY957eRM-E/>
- Yamada, K. (2016). Memorandum on "Protecting Women's Rights in Japan" by the United Nations Committee on the Elimination of Discrimination against Women, particularly the section that recommends prohibiting of the sale of video games or manga depicting sexual. <http://wmc-jpn.blogspot.ca/2016/02/blog-post.html>
- Youtubeur. (s.d). Dans *Larousse*. <https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/youtubeur>
- Zhang, T. (2011). *Coûts de la criminalité au Canada, 2008*. Ottawa : ministère de la Justice Canada.
- Zillmann, D., & Bryant, J. (1984). Effects of massive exposure to pornography. In *Pornography and sexual aggression* (pp. 115-138). Cambridge: Academic Press.
- Zillmann, D., & Bryant, J. (Eds.). (2012). *Pornography: Research advances and policy considerations*. United Kingdom UK: Routledge.

- Zillmann, D., & Weaver, J. B. (1989). Pornography and men's sexual callousness toward women. In D. Zillmann & J. Bryant (Eds.), *Communication. Pornography: Research advances and policy considerations* (pp. 95–125). Lawrence Erlbaum Associates, Inc.
- Zume, S. (Ed.). (2014). *Pink kinky: Japan's sex underground*. Hong Kong, China: Kingyo Books