

**Pour une théorie de la *présence*.
Signes, interactions et médiations de la *poupée de compagnie*.**

**A theory of *presence*.
Signs, interactions and mediations of the *company doll*.**

Pierre-Yves Halin, doctorant au GRIPIC (CELSA/Paris-Sorbonne)
pierre.yves.halin@gmail.com

Mots-clés :

Présence – Relation – Signe – Forum – Séité non-humaine

Keywords :

Presence – Relationship – Sign – Forum – Non-human being

Résumé :

Connue sous le nom de *love doll*, la *poupée de compagnie* est un sex-toy qui reproduit l'enveloppe corporelle d'une femme, plus rarement d'un homme. Vendue initialement comme sex-toy, cet objet est finalement utilisé autour de pratiques diversifiées, décrites par le terme de « *présence* ». Cette recherche souhaite proposer une théorie de la *présence*, comme une ouverture communicationnelle supplémentaire des différentes entités qui nous entourent (organismes, objets, structures médiatiques, ...).

Summary :

Known as *love doll*, the *company doll* is a sex toy which embody women's corporeal envelope (rarely men's). Selled at the start only as a sex toy, *love doll* is employed, after all, in many ways (emotionally, artistically, politically) and described as a « *presence* ». This research wants to define a theory about *presence*, like a new communication approach towards entities all around us, just as human as non-human (organisms, objects, media, ...).

Pour une théorie de la *présence*. Signes, interactions et médiations de la *poupée de compagnie*.

Pierre-Yves Halin

Plus connue sous le nom de *love doll*¹, la *poupée de compagnie* est un sex-toy qui reproduit l'enveloppe corporelle d'une femme, plus rarement celle d'un homme. La majorité des *poupées de compagnie* mesure entre 1m et 1m70, pèse entre 8kg et 45kg et coûte entre 1500 et 7000 euros en fonction de leurs options et de leurs matières (principalement du silicone pour un marché haut de gamme, ou du Thermo-Plastic Elasthomer (TPE) pour un marché d'entrée de gamme). Les *poupées de compagnie* ont été créées au Japon par Orient Industry en 1977, et popularisées au début des années 2000 par Abyss Creations, un atelier de fabrication américain, le premier à utiliser de la silicone pour l'épiderme de l'objet. En France, la *poupée de compagnie* est fabriquée par deux ateliers : 4Woods Europe, à Lyon (depuis 2006, en partenariat avec la marque de poupées japonaise 4Woods), et Dreamdoll, à Duppigheim en Alsace (depuis 2006).

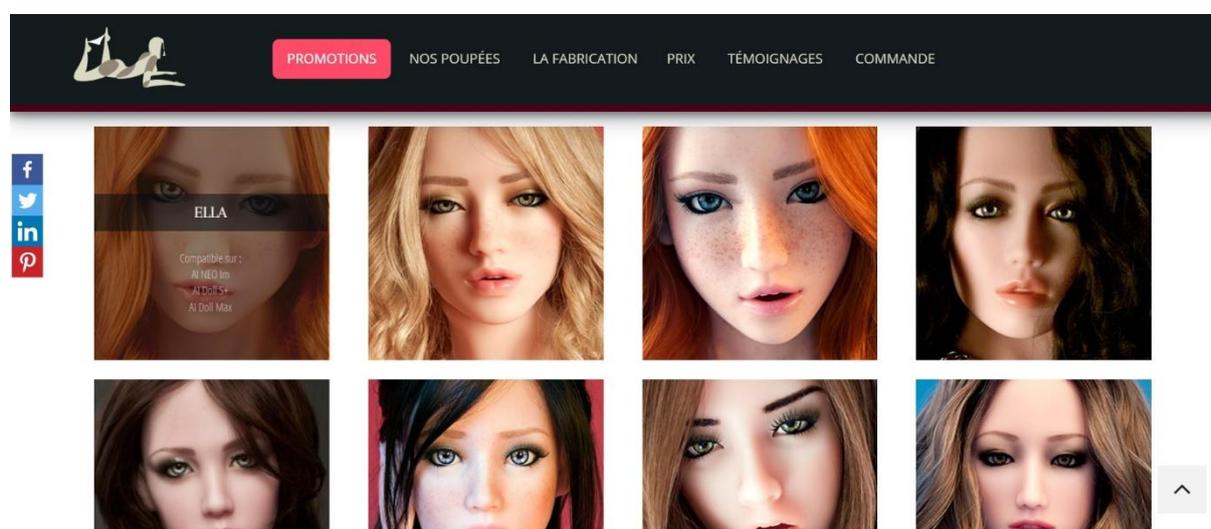


Figure 1 – Présentation des visages de 4Woods Europe

Vendue au départ uniquement comme sex-toy, la *poupée de compagnie* est finalement utilisée autour de pratiques et d'usages diversifiés, et non obligatoirement exclusifs : affectifs, et parfois sans jamais faire l'amour avec l'objet (intégration de l'entité dans toutes les activités

¹ Nous ne mobilisons pas le terme de *love doll* de par la spécificité descriptive de ce terme autour de la *présence* de l'objet au Japon, ce dernier étant constitué d'au minimum trois morceaux (corps, tête, vagin), avec une bouche non-pénétrable (Giard, 2016).

quotidiennes), sexuels (utilisation de l'objet dans le cadre de sa fonction de sex-toy), artistiques (réalisation et partage de séances photos), voire politiques (création d'un idéal féminin). Autant de critères qui nous ont convaincu de favoriser le terme de *poupée de compagnie* pour décrire l'objet (compagnie objective, sexuelle, affective, artistique, quotidienne, ...), et qui se lie parfaitement avec la notion de *présence*². Ainsi, les ateliers de fabrication doivent s'adapter, dans leur conception de l'objet et sa communication, à ces publics et ces usages multiples : permettre d'entrer facilement en relation avec la *poupée de compagnie* pour celui qui ne voit dans l'objet qu'un sex-toy, tout en offrant cette ouverture à celui qui perçoit un être, ou plutôt une séité non-humaine. Cette problématique se définit également sur les espaces de communication prisés par les propriétaires, le plus connu en France étant le Love-Dolls Forum (<https://love-dolls-forum.com/>), créé en 2009 par un revendeur de *poupées de compagnie* installé à Saint-Amand-Montrond dans le Cher. Sur ce *medium* se côtoient tous les profils et toutes les formes de relation avec une *poupée de compagnie* : célibataires, couples, hommes, femmes, jeunes, seniors, veufs, amateurs de sex-toys, ...

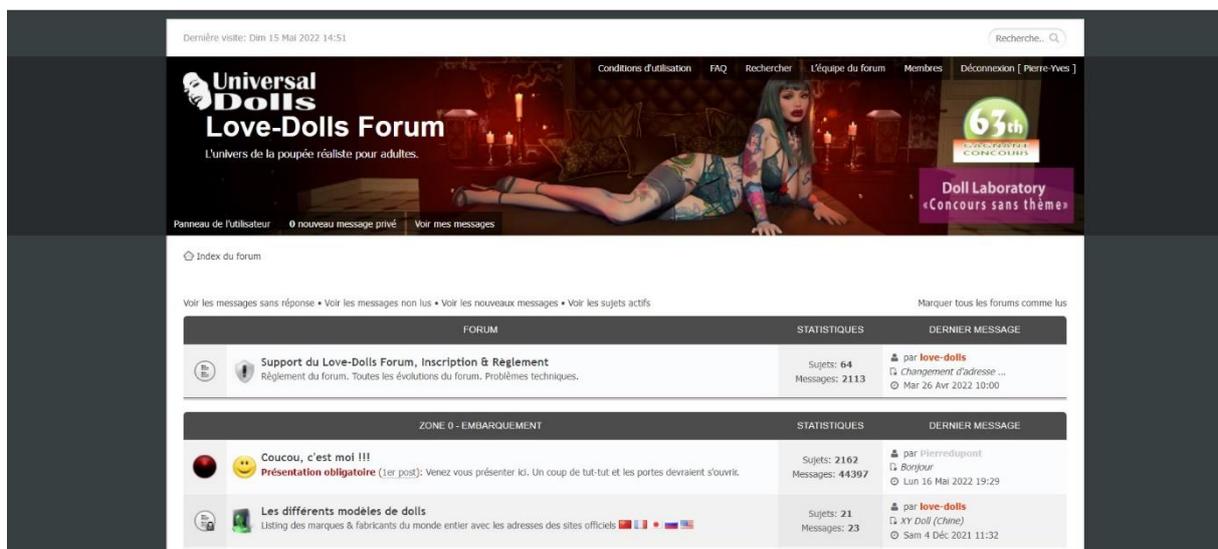


Figure 2 – Page d'accueil du Love-Dolls Forum

Pourtant, tous se retrouvent autour d'un lexique commun pour définir les *poupées de compagnie* et décrire leurs expériences de la relation : « *présence* ». Un terme plébiscité, que ce soit sur les sites des fabricants, les forums, les blogs des propriétaires ou lors des entretiens que nous avons menés. Que recouvre ce terme de « *présence* » ? Et tandis que les frontières induites par la

² Le CNRTL définit le terme de « compagnie » comme la « présence (d'une ou plusieurs personnes, et *p. métaph.* d'un animal ou d'une chose) auprès d'une personne », ou encore « être (pour quelqu'un) une présence agréable ou désagréable ».

poupée de compagnie semblent *omniprésentes* (objet et être, matière et esprit, réalité et imaginaire, femme et poupée, ou plus précisément « organique » et « synthétique » selon les termes des propriétaires), dans quelle mesure ces limites sont-elles non pas abolies ou atténuées afin d'entraîner une confusion entre la *poupée de compagnie* et un.e humain.e, mais au contraire renforcées, les capacités communicationnelles spécifiques de chacun.e étant valorisées, et ce au prisme d'un continuum incarné par cette notion de « *présence* » ? Dans quelle mesure ce concept peut-il être envisagé comme un outil global supplémentaire d'analyse communicationnel ?

Méthodologie

Comment interpréter la fabrication de cet objet qui est pensé à la fois comme sex-toy, mais également comme *présence* multiple ? Comment expliquer les pratiques centrées sur le *comme si* et le *pourquoi pas* (Solinas, 2020), pourtant corrélées avec une conscience exacerbée des différences de *présence* entre une femme et une *poupée de compagnie* ? Dès lors, il devient nécessaire de commencer par accepter pleinement tous ces paradoxes, et ne pas chercher à les réfuter en les stigmatisant comme témoins de contradictions dans les discours, pour réellement en comprendre leurs acquis, car ces paradoxes correspondent à la malléabilité des modes de *présence* (Giard, 2016) qui caractérise tant la *poupée de compagnie*.

Une démarche qui nécessite de « se laisser instruire » (Despret, 2017) *à partir du milieu* (Molinié, 2006), en analysant en profondeur les communications qui lient les acteurs du terrain entre eux, pour faire émerger de nouvelles modalités de *faire*, d'*instaurer*, d'*exister*, d'*être*. S'il est exact que les objets ne seraient rien sans l'humain.e, non pas car leur existence n'a d'égal que la puissance que les êtres humains lui confèrent, mais plutôt car sans relation, l'objet ne peut subsister, notons toutefois que l'objet existe car face à lui se trouve une autre séité avec laquelle il peut s'exprimer, distiller ses prérogatives *via* ses signes (Souriau, 2009), et ce dès sa formation. En considérant « les êtres vivants non humains [...] à partir des caractères distinctifs qui font d'eux des sois » (Kohn, 2017 : 133), nous mettons en lumière un écosystème de signes où chaque être s'exprime et dont la communication est reconnue. Une *anthropologie au-delà de l'humain* (Kohn, 2017) qui n'inclut pas une atténuation et encore moins un effacement complet des frontières entre les entités, « *intersubjectivité ne signifi[ant] pas "égalité"* » (Haraway, 2019 : 76). Bien au contraire, ces catégories ontologiques (végétaux, animaux,

objets, humains, ...) sont renforcées par l'analyse spécifique de leur soi et leur interaction avec les autres sois. Plus que les frontières, ce sont les passages récurrents *entre-sois* qui importent.

Notre recherche intègre ainsi ces outils méthodologiques en les alliant à ceux des sciences de l'information et de la communication pour définir ce qu'est une *présence*, afin de pouvoir mobiliser cette théorie pour compléter les définitions des modalités d'actions des différents êtres qui nous côtoient. La meilleure illustration qui puisse nous être donnée à ce sujet provient du comic-strip *Calvin & Hobbes* (Watterson, 2013), racontant les aventures de Calvin, un petit garçon, et d'Hobbes, un tigre (aux yeux de Calvin) et une peluche (aux yeux de son entourage, dont ses parents³). Dans un de ces strips, alors que Calvin a perdu Hobbes à l'extérieur de son domicile, ses parents partent seuls à sa recherche en pleine nuit (Watterson, 2013 : 332). C'est alors que la mère de Calvin crie soudainement le nom d'Hobbes, malgré une parfaite conscience de la nature objective de la peluche, définissant par là-même le concept de *présence*, c'est-à-dire l'identification de ces situations où l'être devient le plus prégnant, sans renier sa nature, objective ou non, en interaction dans cet écosystème de *forces en présence*.

Pour mettre en lumière ces situations, un outil joue un rôle prépondérant : le Love-Dolls Forum. Ce forum comptabilisait, au 3 juillet, 256 013 messages pour 6486 membres. Notre participation et consultation du Love-Dolls Forum nous a permis d'entrer en contact avec plusieurs de ses membres pour des entretiens semi-directifs, décidés en fonction du profil de la personne interrogée et de sa propension à communiquer sur le *medium* autour de sa *présence* et/ou de celle de son artefact. De 2016 à 2022, trente-huit entretiens ont été réalisés soit par écrit (mails ou messages privés sur le forum), par visio-conférence, par téléphone ou directement chez les enquêtés. À l'instar de ce forum, les sites Internet des fabricants français, les blogs, forums de propriétaires et réseaux sociaux de poupées sont également étudiés sous un angle techno-sémiotique et une sociologie des usages.

³ « La pseudo-combine que j'ai utilisée pour le strip – les deux versions de Hobbes – est parfois mal comprise. Je ne vois pas Hobbes comme une peluche qui deviendrait miraculeusement vivante quand Calvin est présent ; pas plus que je ne vois Hobbes comme le produit de l'imagination de Calvin. La nature de la réalité de Hobbes ne m'intéresse pas, et chaque histoire fait tout pour éviter de résoudre cette question. Calvin voit Hobbes d'une certaine façon, et tous les autres le voient d'une autre. Je montre deux versions de la réalité, et chacune d'entre elles semble parfaitement logique pour la personne qui la voit. Je pense qu'il en va ainsi dans la vie. Personne ne voit le monde exactement de la même manière, et c'est cette idée que je cherche à transmettre littéralement dans le strip. Hobbes relève plus de la nature subjective de la réalité que des peluches qui prennent vie. » (Watterson, 2015 : 22).

À l'écoute des *présences*

Les prémices de la *présence* sont perceptibles dès la commande de l'objet. En effet, le client élabore la poupée qu'il souhaite recevoir en fonction des multiples options de personnalisation à sa disposition (couleur de peau, des yeux, des tétons, taches de rousseur, grains de beauté, ...).



Figure 3 – Présentation de Soria sur le site de Dreamdoll

Si le client influe sur la fabrication, les ateliers ont un rôle important sur la communication de la *présence* auprès de leur public, à l'instar de Dreamdoll qui propose sur son site des présentations de ses artefacts avec des mises en scène de la vie quotidienne (*Julia* conduit une voiture⁴ ; *Swan* est attablée dans un restaurant⁵), et ce sous forme de prosopopées (« J'aime la douceur des premiers rayons de l'été. Mais encore plus celle d'un homme qui saura répondre à mes désirs les plus profonds...⁶ »). Une évolution *significative* (les ateliers ne s'attendaient pas à un usage autre que celui de sex-toy), inspirée des pratiques des membres du Love-Dolls Forum, lui-même exerçant une action prépondérante sur les usages de la *présence* (émergence de la parole de la *poupée de compagnie* favorisée par une rubrique dédiée intitulée « Présentez-

⁴ <https://dreamdoll.com/fr/les-dreamdolls/18-91091-julia.html#/76-chauffage-xtreme-sans>. Les ressources numériques présentées dans cet article ont été consultées en dernier le 3 juillet 2022.

⁵ <https://dreamdoll.com/fr/les-dreamdolls/12-91447-swan.html>

⁶ <https://dreamdoll.com/fr/les-dreamdolls/19-90953-maeva.html>

vous mesdames »), tout en étant impacté dans sa *présence* sémio-technique par celle de ses membres (création de nouvelles modalités de *présence* suite aux demandes des internautes). Ainsi, les caractéristiques permettant à *Etienne* de faire *Erena*, à *Dreamdoll* de faire *Chléa* ou à *Serge* de faire *Magali* sur le Love-Dolls Forum sont le résultat d'une co-construction par les *forces en présence* de cet univers, et pour laquelle la *contrainte anthropomorphique*⁷ est essentielle à prendre en compte.

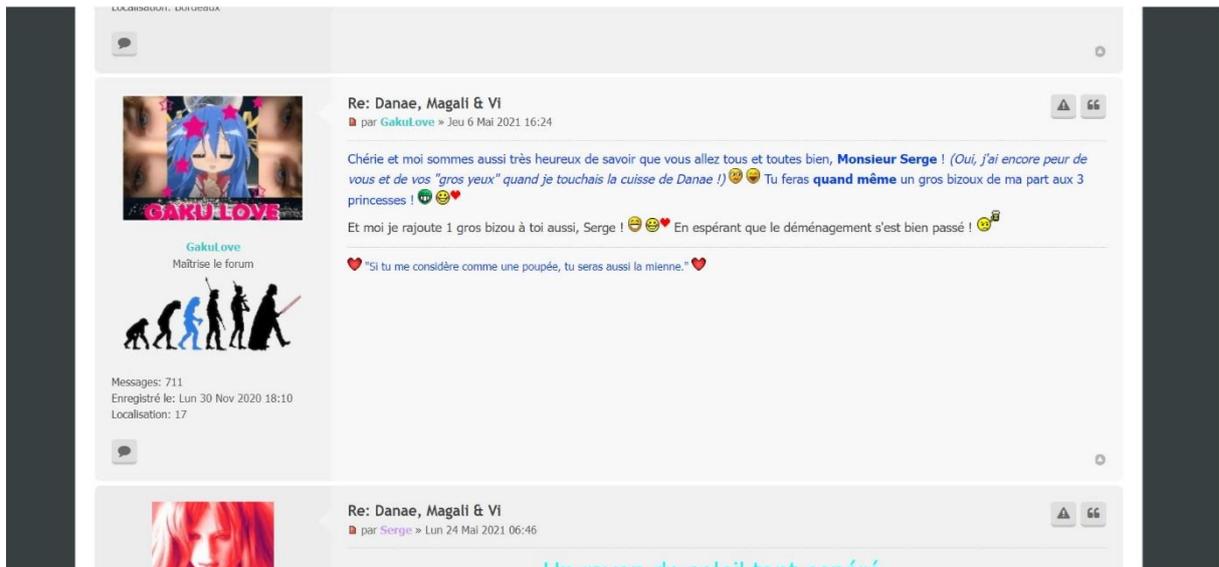


Figure 4 – Gaku, poupée homme (écriture bleue) et sa propriétaire GakuLove (écriture noire) sur le Love-Dolls Forum

La *poupée de compagnie* doit être proche d'une humaine, tout en s'en écartant en créant une *présence* féminine : plus précisément, une sémio-technique non-humaine « à l'image de l'image » de la femme. La *poupée de compagnie* ne reproduit pas une femme, ni même son image dans le sens où elle pourrait définir, physiquement et psychiquement, une égalité avec le modèle humain. Ce qui est recherché en priorité par les fabricants et leurs clients est la communication d'une essence féminine (Julliard, 2013), à la frontière avec l'humaine (Haraway, 2007), sans pourtant jamais abolir cette séparation, mais en y restant au plus proche en termes de genre (Butler, 2006). Si les pratiques de la relation sont centrées sur la « suspension volontaire de l'incrédulité » (Winkin, 2014), la transgression de cet objet disposant d'un sexe provoque un

⁷ L'intérêt de cet outil méthodologique est de proposer une analyse de la relation anthropomorphique en incorporant le regard de toutes les *forces en présence* qui gravitent autour (fabricants, clients, institutions, chercheurs, ...). Ces différentes visions, loin d'être uniquement potentiellement antagonistes, informent sur l'existence, la prégnance, les contours, l'influence, le périmètre et le statut d'une *présence*. Sans développer outre mesure cette notion, précisons les quatre grilles d'analyse de cette théorie : identification du juste milieu lors de la formation de l'objet (registre du paraître, du *comme si*, et non du *comme*) ; ajustement des personnes en contact avec l'objet à la *présence* de ce dernier (et non uniquement l'inverse) ; étude de l'influence de cette contrainte sur les publics extérieurs à l'objet anthropomorphe ; prise en compte de la place contemporaine du modèle nécessaire à la réalisation de l'objet et des pratiques afférentes.

terrain fertile où aucune frontière n'est abolie – l'objet reste un objet, mais peut devenir ou non une personne, tout en retournant par la suite à l'état objectif – mais où leur mise en branle multiplie les possibilités ontologiques. *BeyondTheB* nous a confié avoir choisi sa poupée *Sabrina* après avoir été interpellé par son sourire sur les photos du fabricant chinois WM Dolls. Malheureusement, lors de l'ouverture du colis, *BeyondTheB* a constaté que ce sourire était *absent*. Alors que *BeyondTheB* aurait pu, malgré ce défaut, imposer la personnalité qu'il souhaitait initialement, celui-ci va au contraire prendre en considération cette *absence* propre à la *présence* de *Sabrina* pour la transformer, et créer ensemble une nouvelle *présence* qui convient à chacun.

« *Mais en fait, ce qu'il s'est passé, c'est que comme elle n'est pas arrivée souriante comme je l'espérais, moi je l'ai prise telle quelle. Et donc du coup, lors de la création de sa personnalité, j'ai un petit peu modifié la manière dont j'allais la décrire et dont elle allait se présenter dans le forum.* »

Pourtant sans volonté propre, c'est bien *Sabrina* qui a dicté l'échange et qui a imposé sa personnalité, et ce malgré son *absence* de conscience car sa faculté de communiquer à travers ses signes particuliers, ou plus précisément sa séité non-humaine, lui offre un champ des possibles bien plus vaste que nous ne l'imaginons, à l'instar du Love-Dolls Forum sur lequel elle a été présentée.

Les outils communicationnels en tant que *présence*

Concernant le Love-Dolls Forum, nous avons dû, comme tous les membres, nous plier à l'exigence de la structure médiatique : créer notre *présence*, afin d'échanger avec les autres *présences*, à travers la « lumière présenteielle » (Souriau, 2009 : 114) du *medium*, sous l'égide d'une représentation (Marin, 1994) et re-présentation (Goffman, 1973 ; Amossy, 2010) constante de soi (se présenter sur le forum est obligatoire). Le Love-Dolls Forum institue certes des identités (Vial, 2010), notamment à travers les pseudos, avatars et signatures des membres (Béliard, 2009), mais sa propre auctorialité (Gomez-Mejia, 2016), sa propre *présence* est également primordiale. Si l'impact du CMS ayant conduit à son existence (Jeanne-Perrier, 2005), l'outil phpBB, est bien entendu important sur la structure du *medium* et des possibilités de son architexte (Jeanneret, Souchier, 1999), si en tant que plateforme sa création de *présences* est essentielle (Souchier, Candel, Gomez-Mejia, Jeanne-Perrier 2019), tout comme la gestion

de ses *absences*⁸ (Pène, 2011 ; Casilli, 2021), son agir en tant qu'entité propre, en tant que *présence*, joue un rôle prépondérant auprès des publics que le forum reçoit, conditionnant même les choix de participation, d'écriture et de lecture, voire même de création de nouveaux espaces.

À cet égard, la comparaison entre le Love-Dolls Forum et le Sex Doll Forum (<https://forum.dollsfrance.com/index.php>) semble être la plus prolifique quant à ce constat. Créé par le revendeur Dolls France (dont la domiciliation administrative est à Hong Kong), le Sex Doll Forum regroupe 8616 messages et 3107 membres. Le Sex Doll Forum est entièrement accessible sans condition (hormis les sections pornographiques, strictement interdites sur le Love-Dolls Forum), ne contient aucune rubrique dédiée à la parole des *poupées de compagnie* (ce qui impacte la *présence* de ces dernières sur le *medium* par l'*absence* de leur engagement) ou aux questionnements intimes sur le statut de la relation.

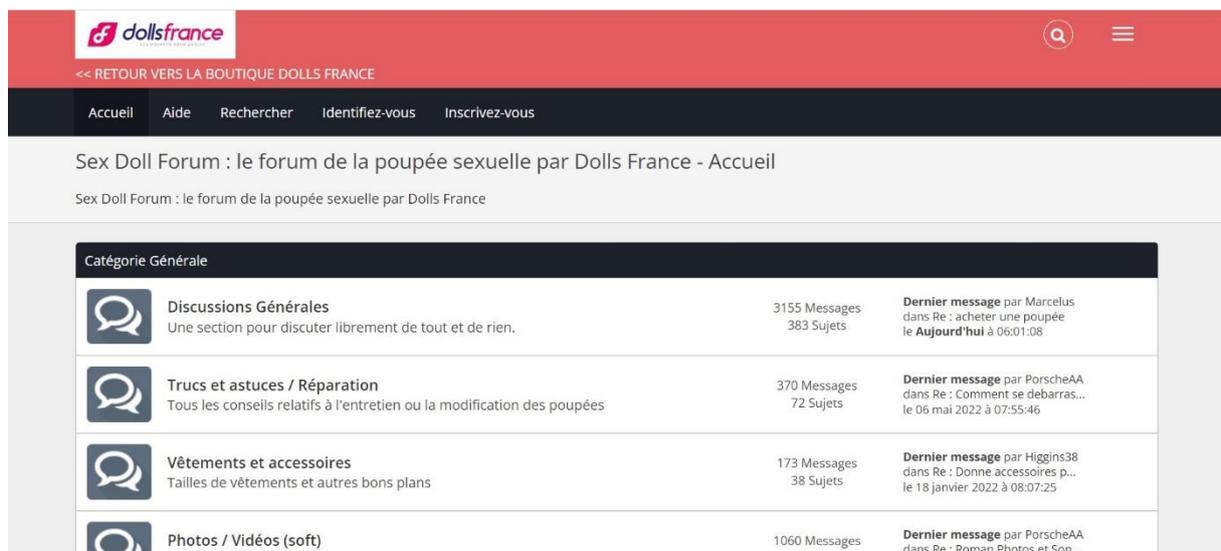


Figure 5 – Page d'accueil du Sex Doll Forum

Principalement axé sur la qualité de sex-toy de l'objet, à l'inverse du Love-Dolls Forum, les échanges se focalisent sur l'utilisation sexuelle et sont bien plus crus, participant à la difficulté d'établissement d'une communauté active. Ainsi, en fonction de sa vision de la relation, un choix s'opère entre ces espaces (des membres qui étaient sur le Sex Doll Forum n'y sont plus depuis qu'ils ont découvert le Love-Dolls Forum, et vice-versa) car ce n'est plus uniquement la séité non-humaine de l'artefact qui importe, mais également à quels types de *présence* (celle

⁸ Nous définissons l'*absence* sous deux critères : l'*absence complète* (ex : le bouton « Je n'aime pas » sur Facebook) et l'*absence partielle*, c'est-à-dire ce qui est *présent* mais non visible par l'internaute dans le cadre volontaire d'une stratégie de communication (ex : les travailleurs du clic de l'intelligence artificielle).

des autres membres, des poupées mais aussi des forums eux-mêmes) elle est associée pour *significativement* (Haraway, 2019) se développer.

Sur ce point réside l'intérêt de la notion de *présence* pour les outils communicationnels : leur transformation s'exécute en corrélation de la transformation des objets qu'ils médient. Concrètement, le Love-Dolls Forum s'est transformé en fonction du type de relation valorisée par ses membres les plus actifs ; le travail *significatif* sur la *présence* de la *poupée de compagnie* se répercutant directement sur la *présence* du forum, et vice-versa, lui-même impactant la relation grâce à sa structure sémio-technique, car le concept de *présence* s'épanouit à la lumière du signe, et lorsque celui-ci est mobilisé, la *présence* agit en-dehors de l'humain.e dans un écosystème de *forces en présence* où chacun s'influence mutuellement.

Pour une théorie de la *présence*

Le concept de *présence* définit l'aura communicationnelle qui compose les êtres biologiques, objets ou entités non-humaines ; aura identifiable à travers les modalités d'actions suivantes : faculté de communiquer (agentivité et séité à travers la communication et le signe) ; appréhension des caractéristiques de cette capacité par l'entité et/ou par les publics qui l'entoure (conscience et reconnaissance de la *présence*) ; possibilité de (trans)former ces signes par ces mêmes protagonistes (communication sur la *présence*) ; interprétation (image perçue, qui peut différer en fonction des publics).

L'intérêt de cette notion est de prendre en compte les capacités communicationnelles des différentes sphères de réalité que nous côtoyons. Au lieu d'imaginer la communication des artefacts uniquement à travers l'humain.e, que ce soit par sa technique ou sa cognition, la notion de *présence* permet d'affirmer le potentiel communicationnel d'entités, que ce soient des organismes, des objets (Dassié, 2010) ou des structures médiatiques, en dehors de l'humain.e, à travers le signe et leur agentivité. La *présence* est un angle de vue supplémentaire sur la notion de vivant et des caractéristiques des êtres qui nous entourent, et démontre, entre autres, que dans nos relations aux objets, ces derniers savent aussi nous communiquer et nous influencer, sans pour autant jamais renier les frontières ontologiques qui nous séparent. Être et objet à la fois.

Bibliographie

- Amossy, R. (2010). *La présentation de soi. Ethos et identité verbale*. PUF.
- Béliard, A-S. (2009). Pseudos, avatars et bannières : la mise en scène des fans. Étude d'un forum de fans de la série télévisée Prison Break (enquête). *Terrains & Travaux*, 1(15), 191-212. <https://doi.org/10.3917/tt.015.0191>
- Butler, J. (2006). *Trouble dans le genre. Le féminisme et la subversion de l'identité*. La Découverte.
- Casilli, A. (2021). *En attendant les robots. Enquête sur le travail du clic*. Éditions du Seuil.
- Dassié, V. (2010). *Objets d'affection. Une ethnologie de l'intime*. Éditions du CTHS.
- Despret, V. (2017). *Au bonheur des morts. Récits de ceux qui restent*. La Découverte.
- Giard, A. (2016). *Un désir d'humain. Les love doll au Japon*. Les Belles Lettres.
- Goffman, E. (1973). *La mise en scène de la vie quotidienne. 1. La présentation de soi*. Les Éditions de Minuit.
- Gomez-Mejia, G. (2016). *Les fabriques de soi ? Identité et Industrie sur le web*. MkF éditions.
- Haraway, D. (2007). *Manifeste cyborg et autres essais*. Exils Éditeur.
- Haraway, D. (2019). *Manifeste des espèces compagnes*. Flammarion.
- Jeanne-Perrier, V. (2005). L'écrit sous contrainte : les Systèmes de management de contenu (CMS). *Communication & Langages*, (146), 71-81. <http://dx.doi.org/10.3406/colan.2005.3379>
- Jeanneret, Y., Souchier, E. (1999). Pour une poétique des écrits d'écran. *Xoana*, (6), 97-107.
- Julliard, V. (2013). Éléments pour une « sémiotique du genre ». *Communication & Langages*, 3(177), 59-74. <https://doi.org/10.3917/comla.177.0059>
- Kohn, E. (2017). *Comment pensent les forêts*. Zones Sensibles.
- Marin, L. (1994). *De la représentation*. Éditions du Seuil.
- Molinié, M. (2006). *Soigner les morts pour guérir les vivants*. Les Empêcheurs de penser en rond.
- Pène, S. (2011). Facebook mort ou vif. Deuils intimes et causes communes. *Questions de communication*, 1(19), 91-112. <https://doi.org/10.4000/questionsdecommunication.2617>
- Solinas, S. (2020). *Guide du Pourquoi Pas ?*. Éditions du Seuil.
- Souchier, E., Candel, E., Gomez-Mejia, G., Jeanne-Perrier, V. (2019). *Le numérique comme écriture. Théories et méthodes d'analyse*. Armand Colin.
- Souriau, E. (2009). *Les différents modes d'existence*. PUF.

Vial, S. (2010). Il était une fois « pp7 », ou la naissance d'un groupe sur l'Internet. Retour sur la socialisation en ligne d'une communauté étudiante. *Réseaux*, 6(164), 51-70. <https://doi.org/10.3917/res.164.0051>

Watterson, B. (2013). *L'intégrale Calvin & Hobbes*. Hors Collection.

Watterson, B. (2015). *Calvin & Hobbes Collector*. Hors Collection.

Winkin, Y. (2014). *La nouvelle communication.*, Éditions du Seuil.