

Les particularités de la perception de l'influence culturelle japonaise¹

¹ Valerian CHARTRAIN, Manon FONTAINE ARMAND, Audrey PSICHE, Jacques-Antoine HOGARD, Julien CACCIAGUERRA, Pierre LASRY et Sébastien MORVANY

Introduction

Longtemps resté fermé sur lui-même, le Japon n'a eu d'autre choix que de s'ouvrir au monde à la fin de l'époque Edo. Sous la menace américaine via la flotte du Commodore Perry en 1853, le Japon a dû signer différents traités ouvrant le pays aux puissances étrangères et ainsi mettre fin à sa politique isolationniste (Sakoku). C'est ainsi qu'il passe à une nouvelle ère de son histoire, l'ère Meiji qui sera marquée par le souci de préserver son indépendance et la nécessité de combler son retard technologique. Lors de l'intronisation de l'empereur Meiji, en 1868, la Charte du Serment, considérée comme la première constitution japonaise, est promulguée. La dernière clause de cette charte stipule « La connaissance sera recherchée de par le monde afin de renforcer le règne impérial » traduisant *de facto* la volonté de combler ses lacunes et éviter toutes tentatives de colonisations ou d'ingérences extérieures.

Moins d'un siècle plus tard, au crépuscule de la seconde guerre mondiale, les Japonais furent obligés de signer les actes de capitulation le 2 septembre 1945 qui mettent fin à leur entrée en guerre contre les Etats-Unis d'Amérique et leurs alliés. Le général américain Douglas MacArthur devint le gouverneur militaire du Japon et imposa au pays de nouvelles réformes. En 1947, la nouvelle constitution japonaise très fortement influencée par les autorités américaines, entra en vigueur. Le Japon, du fait de l'article 9 « renonçait à jamais à la guerre et à son armée ». Pour sa sécurité, le Japon ne pouvait compter que sur son protecteur américain, et ce, même après le traité de San Francisco, entré en vigueur le 28 avril 1952, qui rendait au Japon son indépendance.

Privé de son Hard Power, le Japon dut miser sur d'autres forces pour accroître sa puissance et influencer sur le monde extérieur. En continuité avec les principes dictés par la Charte du Serment de l'ère Meiji, ce fut notamment par la mise en place d'un système informationnel d'une redoutable efficacité que le Japon a pu se hisser parmi les pays les plus riches du monde à la fin des années 80 et placer leur économie au deuxième rang mondial.

Néanmoins, si la stratégie d'influence japonaise rayonna des années 50 jusqu'aux années 80, elle fut subitement stoppée par une stratégie de *containment* américaine et européenne dans les années 90. A la suite de cela, le Japon subit une période de repli géoéconomique qui se prolonge jusqu'à aujourd'hui. Pour autant, il semble malgré tout qu'en l'absence de nouvelle

stratégie d'influence pensée et réfléchie, des pans de la culture nipponne s'exportent et attirent le reste du monde, à l'image des arts martiaux, des mangas et de la nourriture.

La présente étude a pour ambition d'étudier l'évolution de l'influence japonaise économique et culturelle de la sortie de la seconde guerre mondiale jusqu'à aujourd'hui. Pour ce faire, nous étudierons dans un premier temps les différents éléments inhérents ayant contribué au rayonnement économique japonais jusqu'aux années 90. Dans un second temps, nous analyserons comment cette stratégie, en avance sur son temps, fut contrée par une stratégie de *containment* conçue par les Etats occidentaux aux lendemains de la guerre froide, lorsque le risque de voir le Japon basculer dans le camp soviétique avait disparu. Enfin, nous essaierons d'identifier les éléments constitutifs du phénomène "Cool Japan", qui, malgré une absence de stratégie claire et définie, s'impose clairement par delà ses frontières.

Les bases de la stratégie d'influence culturelle japonaise

Le Japon a donc dans un premier temps cherché à mettre en place une stratégie d'influence liée à la connaissance (A). Cette stratégie était si forte que les pays occidentaux s'en sont inquiétés et ont décidé de réagir (B). La mise en place de cette stratégie d'influence s'est faite au travers de l'utilisation de l'intelligence économique (1) et grâce au technoglobalisme (2).

L'information comme levier

L'information au Japon a un caractère collectif et de nombreux moyens lui sont alloués. A partir des années 50, le ministère de l'économie, du commerce extérieur et de l'industrie, plus connu par l'acronyme américain MITI, se positionne comme la figure de proue de la croissance Japonaise (Martre, 1994). Dévasté par la Seconde Guerre Mondiale, le pays doit trouver une autre voie que l'expression de puissance par la force militaire. Pour faire face aux multiples défis de la reconstruction après la guerre combler son retard, le Japon opte pour une politique de rattrapage dans les domaines industriels les plus avancés du monde occidental. Celle-ci passe entre autres par la création et le déploiement d'institutions chargées d'alimenter le MITI.

Des institutions fondamentales

- La Japan External Trade Organization (JETRO) : Créé en 1958, c'est un organisme public dépendant du MITI. Telle une toile d'araignée, le Jetro s'est rapidement ramifié partout sur le globe. Aujourd'hui, l'on compte 73 bureaux installés dans 54 pays. Ses missions consistent en la promotion du commerce du Japon, le développement des coopérations commerciales ainsi que la captation précise d'informations économiques dans les régions où il est implanté. Ces informations sont ensuite utilisées par le MITI et les autres institutions dédiées à l'analyse de l'information.

- Japan Information Center for Sciences & Technology (JICST), créé en 1957. C'est un centre de documentation qui étudie les brevets et les revues scientifiques étrangères. Le JICST alimente également une base de données qu'il met uniquement à disposition des industriels Japonais.

- En 1962, le MITI finance un institut pour la protection industrielle (IIP), qui a la tâche de former les jeunes cadres à acquérir le patrimoine informationnel mais également à le protéger.
- Le Chui Joho Kyodu, un organisme dépendant du ministère des affaires étrangères Japonais, informe les entreprises japonaises des évolutions politiques du pays (Rouach, 1996).
- Japan International Cooperation Agency (JICA), institut fondé en 1974 en charge de verser des fonds aux pays en voie de développement.

Une synergie Etat-Entreprise

Au début des années 90, le monde occidental découvre le système japonais de management de l'information. Plusieurs ouvrages le décrivent avec plus ou moins de précision (cf. bibliographie à la fin du document). Les sociétés japonaises ont intégré la captation de connaissance à l'étranger et constituent des acteurs majeurs de la politique d'intelligence économique, non dite, du Japon. Il faut souligner ici l'importance qu'ont eu les "Keiretsu", qui sont des grands conglomérats d'entreprises de nature variée mais reliées entre elle par des participations croisées et opaques. A titre d'exemple, "Mitsubishi" est l'un des plus grands conglomérats Japonais qui regroupe plus de 300 sociétés. Parmi elles, on trouve une panoplie de sociétés aux métiers disparates : Mitsubishi Motors, Mitsubishi Bank, Mitsubishi Chemical, Nikon.

A l'image de Mitsubishi, les Keiretsu ont en leur sein "une sogo shosha", c'est à dire une société de commerce international. C'est par ces entités que le Japon exporte la majorité de ses produits. En ce sens ces organismes puissants jouent le rôle d'intermédiaires entre le Japon et le reste du monde, profitant de leurs poids immenses pour pouvoir négocier d'égal à égal avec les plus grandes sociétés étrangères (Haber,1993). Les *sogo shosha* ont plus de 1000 bureaux à l'étranger, quadrillant tous les pays du monde. Cette couverture géographique permet d'affiner les négociations en prenant en compte les particularités de chaque pays et même de chaque région des grands pays. De plus, elles profitent également de leurs ubiquités pour collecter des informations, qui seront partagées par la suite avec les institutions étatiques ainsi qu'avec les autres *Keiretsu*.

Une pratique intense du lobbying

Le lobbying a été une activité régulièrement pratiquée par le Japon et ce à tous les niveaux. Ces méthodes d'influence sont particulièrement prégnantes aux USA où aucun niveau de décision n'est épargné. Au niveau gouvernemental par exemple, nous pouvons citer le séjour de huit jours du Président Ronald Reagan accompagné de sa femme, invités par le groupe de communication japonais « FujiSankei ». Pour la rémunération de 2 Millions d'euro, le couple présidentiel est invité à faire un tour du Japon et à accorder des interviews pour des médias Japonais.

Le lobby japonais ne s'arrête pas aux strates gouvernementales, en effet les japonais ont compris la grande influence que pouvait avoir les think tank sur le sol Américain. En ce sens de nombreuses donations ont été faites par des institutions japonaises au profit des think tanks américains, à l'image de la « Brookings Institution » financée entre autres par la banque Japonaise Sumitomo. La stratégie sous-jacente est de favoriser le développement des think tank prônant le libre commerce, le non protectionnisme afin de faciliter les investissements japonais et son expansion commerciale.

La "philanthropie" des entreprises japonaises voit également le jour. La majorité des grandes entreprises japonaises créent des fondations afin de soutenir des actions sociales et humanitaires. A titre d'exemple, la fondation Honda a donné 50 000 euros à la Maison Clara Hale qui accueille les enfants dont les parents sont cocaïnomanes. Elle a également constitué une bourse à l'Université de Duke pour les minorités, les femmes et les défavorisés. Cette démarche est encouragée par le gouvernement Japonais au regard du projet d'étude de celui-ci consistant à accorder une déduction fiscale pour toutes entreprises japonaises ayant fait un don sur le territoire américain (Nora,1991).

Le Technoglobalisme :

Le technoglobalisme consistait en "[une vaste mise commun des connaissances](#)". Le terme apparaît pour lors de la conférence de Tokyo dans le cadre du programme TEP (Technology and Economy Program), organisé par l'OCDE.

Officiellement, le terme a été utilisé pour définir "[l'interaction profonde qui existe entre l'internationalisation de la technologie et la globalisation de l'économie](#)". Cependant, à travers

le prisme de l'Intelligence Economique, le technoglobalisme fut une stratégie menée par les japonais et destinée à capter massivement les technologies étrangères.

Dans les années 90, le Japon, victime de son succès, craint que son image ne soit trop assimilée à celle d'un pilleur de technologie. La communauté internationale critique la faible participation des investissements publics Japonais dans la recherche alors que paradoxalement celui-ci développa et créa sans cesse de nouveaux produits.

Pour pallier ce déficit de crédibilité, le MITI (Ministry of Economy, Trade and Industry) repensa sa stratégie afin que le Japon devienne le fer de lance de la recherche internationale.

Sous couvert de progrès pour la science, le Japon propose la création de programmes de recherche internationaux et l'intensification des échanges scientifiques et technologiques entre les puissances industrielles et également les pays en développement. En témoigne l'allocution prononcée lors du Symposium du Jetro en 1991 par Hirofumi Nakasone, alors vice-ministre parlementaire auprès du MITI, qui déclarait nécessaire de faciliter le transfert de technologie dans le but d'accroître la croissance mondiale sans destruction des cultures des pays d'accueil².

Le technoglobalisme japonais se manifeste à travers le financement de chaires universitaires, à l'accueil de chercheurs étrangers mais surtout par la création de programmes internationaux de recherches.

Trois programmes internationaux de coopération scientifique sont à noter : le Human Frontier Science Program (HFSP), le Intelligent Manufacturing Systems Initiative (IMS) et le Real WorldComputing Program (RWC).

Le premier de ces programmes, financé principalement par le Japon, date de 1989, et est hébergé à Strasbourg. Il est destiné à aider le financement de recherches sur les fonctions biologiques des organismes vivants.

Le second est un programme de recherche international visant le développement de systèmes de production qui vont au-delà de la fabrication assistée par ordinateur.

Enfin, le dernier de ces programmes regroupe 54 laboratoires de recherche de 18 groupes japonais, 4 sociétés étrangères dont 3 européennes et une agence gouvernementale japonaise. Il avait pour vocation de développer des technologies dans l'informatique de nouvelle génération (reconnaissance vocale, reconnaissance de visage à grande vitesse, ...).

² [Lefebvre A, de la mondialisation à la mondialité, p 45, 1994](#)

L'échec de cette stratégie

Cette stratégie d'influence fut un échec du fait de la mise en place d'une stratégie de *containment* (1) qui a entraîné une perte dans le dynamisme industriel et commercial du Japon (2)

L'émergence d'une stratégie de containment

La stratégie de puissance économique fut progressivement ressentie comme une menace en termes de rapport de force économique par les nations industrialisées du monde occidental. Dès la fin des années 1970, la posture offensive de l'économie japonaise devint très perceptible dans certains milieux américains et européens. Elle alimenta les craintes des nations occidentales, notamment les Etats-Unis qui cherchèrent à renforcer la protection de leurs tissus industriels. Les excédents commerciaux (qui atteignirent 45 milliards de dollars en 1985³) donnèrent en effet au Japon la capacité d'accumuler une épargne importante, principalement libellée en dollars, alors qu'il ne supportait pas les coûts de sa défense, puisqu'il était protégé par la présence américaine sur son territoire. Tokyo expliquait ce paradoxe par que l'ex empire du soleil levant était empêché constitutionnellement d'entretenir des forces armées à vocation offensive (article 9 de la Constitution japonaise) depuis sa défaite en 1945. Durant les quarante années de l'après-guerre, les entreprises japonaises investirent donc massivement au risque de déstabiliser le potentiel industriel des pays ciblés.

Il est difficile de démontrer l'existence d'une stratégie, élaborée et cohérente, consciemment mise en œuvre de façon concertée par les pouvoirs publics des pays occidentaux. Il est possible cependant de relever par le biais des sources ouvertes, une conjonction d'initiatives, unilatérales ou coordonnées, qui ont eu chacune vocation à les prémunir des excès du dynamisme industriel et commercial japonais.

Des manœuvres de diversion et d'évitement ont permis aux pays industriels de se prémunir partiellement. Au début des années 1970, les Etats-Unis entreprirent, avec d'autres, d'inciter

³ Des limites du mode de développement de l'économie japonaise : examens institutionnels et historiques" in l'Economie Appliquée, LV N° 1, Hiroatsu Nohara, janvier 2002

le Japon à accroître le volume de sa participation à l'aide publique au développement (APD), qui accepta en 1975 d'élever sa contribution à hauteur de 0,7% de son produit intérieur brut⁴. La réponse américaine se formalisa de façon plus substantielle à travers le mécanisme de contrôle des investissements étrangers dans les secteurs stratégiques. On peut citer à ce propos la création en 1975 du CFIUS (*Committee on Foreign Investment in the United States*), prolongé en 1988 par l'amendement Exon-Florio, qui étend le champ de compétences de la commission aux secteurs et entreprises intéressant la défense nationale. Cette extension répond opportunément à la tentative de rachat de *Fairchild semiconductors* par Fujitsu.

Les contours d'une stratégie directe se dégagent. Inquiets de la sous-évaluation du Yen par rapport au dollar, les autorités américaines parviennent à convaincre leurs homologues japonais de la nécessité d'un rééquilibrage. Les accords de Plaza du 22 septembre 1985 consacrent l'intervention des banques centrales sur le marché des changes. Les pays du G5 (Etats-Unis Japon, RFA, France et Royaume-Uni) rompent donc avec une l'orthodoxie monétaire, héritée de l'abandon de la libre convertibilité de l'or et du dollar par le président Nixon en 1971 et la création d'un régime de changes flottant. Cette reprise en main discrétionnaire du système monétaire international est de courte durée : les accords du Louvre y mettent un terme en 1987. Néanmoins cela aura affaibli la compétitivité des entreprises japonaises.

Le préambule des accords dits ADPIC du 15 avril 1994 (Accord sur les aspects des droits de propriété intellectuelle qui touchent au commerce) souligne l'importance de « l'élaboration de moyens efficaces et appropriés pour faire respecter les droits de propriété intellectuelle qui touchent au commerce, compte tenu des différences entre les systèmes juridiques nationaux ».

L'adoption de règles communes en matière de propriété intellectuelle, adossées aux accords de Marrakech de 1994 a contraint le tissu économique japonais à renoncer à ses pratiques de prédation technologique, en amont, dans les pays de recherche et développement des brevets ciblés, et en aval, par l'instauration de dispositifs d'insécurité juridique au détriment des investisseurs étrangers. Le faible nombre de cas portés à l'arbitrage de l'organe de règlement des différends (ORD) par les Américains depuis 1995 montre la portée dissuasive de cette démarche.

⁴ Japon : trouver l'équilibre entre soft power et hard power" in [researchgate.net](https://www.researchgate.net), Tsuneo Akaha, janvier 2011.

Des effets sur le dynamisme industriel et commercial japonais immédiats et durables

Les excédents commerciaux du Japon diminuèrent rapidement et la dynamique de croissance de ses investissements aux États-Unis, notamment immobiliers, est inversée. Très dépendante des exportations, l'industrie d'exportation montra une sensibilité immédiate à la baisse du dollar. Pour assurer la disponibilité de liquidités et maintenir le niveau de l'investissement productif, et lutter contre une récession qu'elle jugeait inévitable, la Banque du Japon mena une politique monétaire accommodante, en baissant à cinq reprises son taux d'escompte entre janvier 1986 et février 1987, le ramenant de 5,0 % à 2,5 %⁵.

Cette initiative, conjuguée au rapatriement de placements financiers, contribua pourtant à la création d'une bulle financière et immobilière. Le pays avait accumulé une épargne extérieure importante, libellée principalement en dollars. Son rapatriement tout au long de l'année 1986 (pour se prémunir contre la dépréciation du dollar), dans un contexte de faibles taux d'intérêts aboutit à une augmentation substantielle des placements financiers (actions et obligations) et immobiliers.

Ce coup d'arrêt provoqua une crise du modèle économique et politique et la fin du « miracle économique » japonais. Ces différents événements conduisent le Japon dans une période difficile, la « décennie perdue », qui consacre la fin au miracle économique japonais. Cette période de stagnation, est marquée par une déflation persistante et de courtes périodes de récessions, accompagnées de politiques d'austérité. Elle s'étend du début des années 1990 au début des années 2000. Ce pays est alors confronté à l'explosion de la dette publique (la plus forte des pays de l'OCDE, représentant en 2009 près de 192,1 % du PIB⁶. Elle est détenue en majorité par des agents économiques japonais.

Indicateur notable de la perte de confiance des investisseurs dans les capacités de l'économie japonaise, la moyenne des stocks du Nikkei 225 débute l'année 1992 à 23 000 points pour tomber à 14 000 points à la mi-août avant de se stabiliser à 17 000 points à la fin de l'année.

La mise en œuvre en août 1992 d'un plan de relance de l'économie ne régla rien : l'excédent commercial demeura mais la croissance est très faible et le déficit budgétaire augmenta.

Alors que le chômage affectait 3,7 % de sa population active, le Japon fut touché par la crise boursière et monétaire affectant le sud-est asiatique (11 juillet 1997), marché traditionnel

⁵ "Sortir de l'Europe de la crise, le modèle japonais" Nicolas Goetzmann, 2013.

⁶ *Idem*

d'exportation pour les entreprises japonaises. Cette réduction de la demande extérieure associée à la morosité du marché intérieur contribua à la chute du PIB japonais.

Le Japon connut donc une éclipse relative sur le plan international, même s'il continua à représenter à lui seul [70 % de l'activité économique de l'Asie orientale](#). Il tenta par la suite, en favorisant la conclusion d'accords entre banques centrales des pays de l'ASEAN, de prévenir une nouvelle crise monétaire régionale mais demeura sur la réserve lors du sommet nippo-européen de juillet et lors du forum de l'APEC (pour la coopération économique Asie-Pacifique) en novembre à Brunei.

Cette *décennie perdue* est cependant à relativiser si l'on tient compte de la démographie et du vieillissement du Japon : en comparant l'évolution du PIB à celle de la population en âge de travailler, Paul Krugman montre que la progression du PIB par tête s'est établie à 1,2 % par an entre 1990 et 2007, concluant que la stagnation du pays sur cette période est un mythe. L'économie japonaise a néanmoins perdu son statut de modèle économique, tandis que s'annonce la montée en puissance de la Chine.

Ce contexte montrait un Japon affaibli et rien de laissait penser que le Japon allait recommencer à influencer culturellement le monde sans vraiment le savoir.

Une influence non programmée qui s'impose

A partir des années 90, certains éléments du Japon tel que les Manga, la cuisine ou encore les arts martiaux apparaissent dans beaucoup de pays occidentaux à commencer par la France., il est intéressant d'étudier la réaction du Japon (A) et d'analyser les limites à cette expansion culturelle (B).

Une réaction japonaise contrainte

Quatre éléments de la culture japonaise ont eu une certaine forme de pénétration dans le monde occidental : les manga (1), la J-pop (2), la cuisine (3) et les arts martiaux (4).

Les mangas

Avec plus de 13 millions d'unités vendues dans l'Hexagone au cours de l'année 2016, le manga connaît depuis maintenant plusieurs années une « succès story » fulgurante, ayant bouleversé le mode de consommation des lecteurs français. La France se place comme étant le deuxième plus gros marché d'exportation du manga, devancé de peu par la Corée du Sud. Alors qu'il était encore inconnu avant 1990, le manga représente aujourd'hui un tiers des ventes sur le marché du livre. On peut alors s'interroger sur les raisons d'un tel succès car, bien que l'Empire du Soleil Levant utilise aujourd'hui massivement le manga afin d'asseoir sa stratégie d'influence, le Japon n'avait pas au départ, orchestré la pénétration des marchés internationaux par la diffusion de ses biens culturels.

Le manga, le nouveau genre de la « littérature » française

Le manga a su s'imposer comme le nouveau bien de consommation accessible par l'ensemble de la population mondiale, outrepassant les barrières socio-culturelles, l'âge ou encore de sexe. Le manga est apparu en France au début des années 70 par le biais de la revue de presse « *Budo Magazine Europe* », magazine de presse spécialisée destiné aux judokas. Lors de la sortie de son 4^{ème} volume en 1969, la revue décide de proposer au lecteur français et belge un nouveau genre d'écrit, le manga, sorte de roman illustré d'origine japonaise, intitulé « [La dramatique histoire Budo du samouraï Shinsaburo](#) » de l'auteur Hiroshi Hirata, [premier Mangaka publié en France](#). Cette parution de 7 pages seulement semble anodine au sein du

lectorat français, mais ce manga représente la première percée japonaise au sein du paysage économique et culturel français. Malgré cela, cette parution n'a impactée que très marginalement la consommation des biens culturels japonais en France. C'est seulement 10 ans plus tard, et plus précisément en Juin 1978, et sous l'impulsion du japonais Motoichi Takemoto et son homologue suisse Rolf Kesselring que le magazine « Le cri qui tue » fut créé. Cette revue trimestrielle, fer de lance de la démocratisation des mangas, s'employa à vulgariser ce nouveau type d'écrit à l'ensemble du public francophone.

Le Japon, force créatrice et industrielle de masse

Le Japon de 1980 se place dans la période du « Boom Izanagi ». Cette période représente la plus grande période de croissance du Japon post-45. Etant leader sur les marchés technologiques et scientifiques, le Japon tente de trouver un nouveau biais permettant d'asseoir sa position dominante.

Rapidement, le manga se révèle comme un bien de consommation très tendance. En effet, certaines caractéristiques de ce livre sont très appréciées dans les cultures occidentales et suscitent la curiosité (lu de droite à gauche, très accessible financièrement parlant, format de poche, l'extrême diversité des histoires développées, etc...), provoquant en France et dans les pays francophones une véritable frénésie du manga.

De plus il y a une volonté des japonais de normaliser la présence de l'univers du manga en France, ayant pour but de normaliser et de consolider sa présence dans l'hexagone.

La tentative non voulue de pénétration des marchés francophones via ces revues de presses est due en partie à l'utilisation d'une politique multi canal qui a permis la démocratisation du manga, comme par exemple les licences *Poket Monster* ou *Yu-gi-yo* créées au Japon et déclinées en un jeu de cartes inspiré du manga éponyme, extrêmement populaire auprès de la jeunesse francophone. L'apparition de grosses licences tel que *Akira*, *Dragon Ball* dans un premier temps, puis *Fullmetal Alchemist*, *Naruto* ou encore *One piece*, a révolutionné et a fait exploser la demande de consommation du manga.

En France, le club Dorothée, émission de jeunesse de TF1 lancée le 2 septembre 1987, a participé au succès fulgurant du manga. En effet, cette émission va populariser les mangas et plus particulièrement les dessins animés, ou « animés » aux téléspectateurs français. Ce nouveau moyen de consommation autour de ces biens culturels (Les Chevaliers du Zodiaque,

Olive et Tom, City Hunter/Nicky Larson, Alator, Ken le survivant...) va entraîner un bouleversement du rapport des français au manga.

Le marketing différencié appliqué aux mangas permet aux ouvrages de cibler une clientèle particulière et de permettre au lecteur de s'identifier aux personnages. Associé à la diversité des histoires développée et un volume de production titanesques, le manga s'est imposé en France comme bien culturel japonais.

La J-pop

La J-Pop, à l'instar du manga, est un vecteur d'influence significatif dans la stratégie d'influence japonaise. L'ouverture très récente d'un [magasin éphémère sur le thème de la J-Pop](#) au cœur de la capitale ne fait que démontrer une fois de plus l'engouement pour cette musique venue du Japon en Europe et plus particulièrement en France.

La J-Pop est un terme désignant un style de musique ayant vu le jour au Japon durant les années 1988 et qui s'est démocratisé au début des années 2000. Les morceaux de J-pop s'inspirent des tendances de l'occident, en les associant avec des paroles japonaises. La démocratisation de ce style musicale s'est effectuée très rapidement au sein des pays européens. Ayant été identifié par le gouvernement comme un domaine potentiellement concurrentiel et attractif, la J-pop a réussi à s'imposer comme l'un des grands courants artistiques de ces dernières années.

Cette industrie musicale est encadrée de très près par les grandes agences qui utilisent les méthodes marketing et l'influence, par le biais d'influenceur et des réseaux sociaux entre autres, dans le but de diffuser à l'ensemble des pays leurs productions musicales d'un nouveau genre.

Du Rock en passant par le RNB ou le Hip Hop, la J-Pop puise sa force de l'énorme diversité des productions japonaises. De plus, grâce à la démocratisation des animés japonais, des jeux vidéos ou encore des mangas, la J-Pop a pu se placer sur le marché de la musique internationale, et qui plus est être compétitif sur ce dernier. Masao Koga se présente comme étant l'un des pionniers ayant tenté de moderniser et de démocratiser la J-Pop dans le monde. La révolution de l'internet a été la pierre angulaire de la démocratisation de la J-pop. En effet beaucoup de groupes ont pu connaître un succès grâce au « buzz » provoqué sur les réseaux sociaux et internet. L'univers de la J-pop a pour cœur de cible les adolescents. Ce cœur de cible, du fait de son accès facile aux réseaux sociaux, s'avère être très réactif et engagé dans

la consommation de ces biens culturels. Cette activité de niche possède un avantage comparatif dans l'industrie musicale. Bien que souvent discréditée, la J Pop a su s'exporter dans le monde, créant ainsi un nouveau biais permettant à l'empire du soleil levant d'imposer sa stratégie d'influence.

La cuisine

La cuisine japonaise est un exemple parfait d'une influence japonaise non encadrée, mais écrasante dans un domaine. Nous parlerons ici de la cuisine traditionnelle (washoku) c'est-à-dire celle précédente l'ère Meiji qui par l'abrogation du sakoku fit apparaître des produits d'importations ou des adaptations de plats occidentaux. Elle est traditionnellement constituée de poissons, de riz ou de nouilles, de légumes et d'algues.

Les restaurants japonais sont réellement apparus en grande majorité ces 15 dernières années dans le monde entier. En 2014 il existait 55 000 restaurants japonais en dehors du Japon, en 2016 ils étaient 89 000. En France, on comptait plus de [1580 restaurants pour un chiffre d'affaires d'environ 865 millions d'euros](#) en 2011. À titre d'exemple, le nombre de fastfood est aux alentours de 1750 restaurants soit moins de 200 unités de différences. Les spécialités japonaises sont présentes dans les grandes métropoles françaises en particulier à Paris et dans sa région où en 2011 se trouvaient plus de [66% des restaurants japonais nationaux](#).

Comment peut-on expliquer un tel engouement et un tel succès alors qu'aucune politique d'influence n'a été lancée ni organisée par le Japon ?

Plusieurs pistes sont à prendre en compte. Tout d'abord, l'image de la gastronomie japonaise [est adaptée au mode de vie occidental](#) ; elle est urbaine et branchée. La seconde composante est l'image de « fast-good » (1990, japonais > poisson plus sain) que porte l'image japonaise : [une nourriture diététique](#) qui fabrique des centaines. [Cette image est devenue obsolète aujourd'hui](#) dans la majorité des cas : produits industriels, plats très sucrés et salés, métaux lourds contenus dans le poisson... La troisième composante est la diaspora asiatique (chinoise et japonaise) très présente dans les grandes métropoles qui assure une part de la clientèle et la gestion des unités. Enfin face à la multiplication des unités de restauration et à leur concentration les prix et les formules sont de plus en plus abordables (à emporter, à volonté...).

Cependant, malgré [que le plus grand chef et restaurant japonais soit présent au Japon](#) et tenu par un Tokyoïte, la majeure partie de l'influence japonaise basée sur la tradition

gastronomique japonaise est tenue par la diaspora chinoise. Selon l'ambassade du Japon en France seulement [10% des restaurants japonais](#) seraient réellement tenus par des chefs nippons et selon [le guide Itadakimasu](#) seulement 40 restaurants tenus par des Chinois respecteraient la tradition japonaise. Ce triste constat est dû à un abandon et à un laissez-faire durant des décennies du pouvoir politique nippon qui a conduit à de nombreuses réinterprétations de leur cuisine mettant à mal la réputation gastronomique du pays : [Big Mac sushi](#), [croissant sushi](#), [sushi nordique](#), [sushi burrito](#)....

La mainmise de la diaspora chinoise sur la restauration japonaise s'explique par:

- Une diaspora nombreuse et organisée : la diaspora chinoise est beaucoup mieux financée et organisée que celle japonaise. Le nombre joue beaucoup aussi, alors que la population chinoise représente plus de 600 000 personnes celle japonaise compte 30 000 en France.
- Une rentabilité accrue de la cuisine japonaise par rapport à la chinoise : en moyenne, l'addition dans un traiteur japonais est 20% à 30% plus élevé que dans un traiteur chinois.

Cependant depuis quelques années face au succès et au potentiel d'influence possible par ce biais on assiste peu à peu à un réveil du Japon sur ces questions trop longtemps laissées libres aux puissances étrangères. Depuis Shinzo Abe c'est trois ministères (agriculture, affaires étrangères et économie) et le fond public/privé *Cool Japan* qui s'en occupent. La contre-attaque japonaise est organisée autour de 3 points d'attention⁷ : le « *made from Japan* » (promotion), « *made by Japan* » (authenticité japonaise) et « *made in Japan* » (exportation).

« Made from Japan » : la promotion de la gastronomie japonaise

- Action diplomatique : lors de visite à l'étranger les chefs d'états du pays visité sont invités à une réception à l'ambassade du Japon afin promouvoir la gastronomie japonaise. En parallèle le MOFA exerce une diplomatie d'influence énergétique.
- Création d'un poste auprès de l'Ambassadeur pour la promotion de la gastronomie japonaise qui n'est pas un diplomate.

⁷ Entretien avec Hirotaka Kato (attaché au MOFA).

- Participation à des salons internationaux de la gastronomie (ex. Hong Kong Food Expo, San Francisco Winter Fancy Food show...).
- Recherche de synergies entre la gastronomie et les JO en 2020. En vue de l'accueil des délégations, dans les hôtels seront organisés des repas japonais et ainsi montrer sa qualité diététique.
- Création d'évènements. Ex : Depuis 2013 en France, « c'est bon le Japon », le salon de l'art culinaire japonais (gastronomie, art de la table et tourisme).
- Utilisation des médias. Ex. : publicités sur CNN pour promouvoir viande et saké.

« Made by Japan » : le vrai Japon

- Coopération entre les écoles de cuisine pour un rapport de force : professeur/élève. Ex. Japon organise des cours à paris [au Cordon Bleu](#) (Paris) même programme en Thaïlande (Dusit thani college)
- Le Japon invite des chefs étrangers afin de leur présenter la gastronomie japonaise. Ex. [avec Alain Ducasse](#).
- Facilitation d'acquisition de visa pour les cuisiniers étrangers pour venir au Japon pour apprendre durant 2 ans dans un restaurant japonais.
- Mise en place de système de certification pour les cuisiniers accompagnés de formation spécifique. Création de labels type AOC
- Soutien pour les entreprises qui projettent d'ouvrir des restaurants japonais à l'étranger

« Made in Japan » : exportation

- Le but est de faire connaître et d'exporter les produits alimentaires japonais.
- Soutien pour les restaurants japonais qui utilisent des produits alimentaires japonais.

La reprise en main de la gastronomie se trouve aussi dans l'inscription, en 2013, au [patrimoine culturel immatériel de l'humanité de l'UNESCO du washoku](#) et cela malgré l'opposition de la Corée et de la Chine. Cela est lié à la peur de l'état japonais de voir disparaître certains pans de sa tradition face à la multiplication des foyers unifamiliaux, du démantèlement des communautés locales et à la standardisation des modes de vie alimentaires (source : [Formulaire de candidature donné à l'UNESCO](#)). En parallèle et en signe d'ouverture et

d'universalité, les cuisiniers japonais suivent des formations pour qu'ils puissent faire face aux besoins de clients étrangers (halal, etc.).

Les arts martiaux

Durant la période d'Edo (1603-1868), une longue période de paix et d'enfermement du Japon sur lui-même aboutit à la perte des bushis, caste guerrière, privés de combats et de batailles. Les arts martiaux sont considérés comme nuisibles. Ils se tournent alors vers les métiers de fonctionnaires, de rebouteux ou vers la transmission monnayée de leurs savoirs donnant naissance à un marché de l'enseignement des arts martiaux, selon [Michel Brousse](#) dans son ouvrage *Les racines du judo français : histoire d'une culture sportive*. Leurs connaissances et vocations guerrières devinrent une sorte de code d'honneur et de repère moral : le bushido, qui signifie la « voie du guerrier ». Le bushido désigne les idéaux dictant le mode de vie des samouraïs autour de valeurs telles que la justice, l'honneur, le respect, le courage, le contrôle de soi.... Il s'inspire du bouddhisme, du shinto et du confucianisme. Il est à noter que de leur côté, les [Yakuza](#), principalement composés de Burakumin (les eta et les hinin, « impurs » et parias du système social féodal vivent de métiers dits « sales ») et de rônins, suivent le Ninkyodo : la « voie chevaleresque ».

Des arts martiaux traditionnels aux arts martiaux modernes

En 1853, l'arrivée des navires du Commodore Perry aboutit à l'ouverture diplomatique et commerciale du Japon, bien que sous la contrainte de traités inégaux. Après la chute du shogunat et la restauration de Meiji, le gouvernement souhaita rattraper son retard avec l'occident. Il envoya une ambassade extraordinaire aux États-Unis et en Europe sous la mission diplomatique Iwakura (1871-1873). Cette dernière a notamment vocation d'observer les cultures et les structures industrielles, politiques et militaires occidentales en vue de la reconstruction du Japon vers une nation moderne. L'aristocratie militaire que représentaient les samouraïs n'a pas évolué et a été dépassée par la modernité. Le gouvernement réduisit l'étendue des privilèges des samouraïs jusqu'à l'émission d'un [décret impérial](#) abolissant la classe des samouraïs et supprimant le port du sabre en 1876. Un soulèvement contre le gouvernement a été fomenté par les samouraïs rebelles et les paysans armés. Après quelques batailles victorieuses, ces derniers finirent par se replier. Durant cette période, les élites japonaises furent attirées par la modernité et les cultures occidentales et se désintéressèrent

des arts martiaux qui connurent une période de déclin. La pratique des arts martiaux fut considérée cette fois-ci comme anachronique face à l'armement et à la puissance de feu des occidentaux. Après la guerre sino-japonaise, les arts martiaux connurent un second essor dû à la montée du nationalisme nippon.

D'une affirmation identitaire nationaliste

Un gouvernement militariste, extrémiste et plein d'ambitions expansionnistes est une condition favorable à la renaissance de la pratique martiale. Sous l'influence de Jigoro Kano, japonais intellectuel engagé pour la modernisation du Japon et créateur d'un nouveau judo descendant du jujutsu, le gouvernement japonais crée la [Dai Nippon Butoku Kai](#) (Association pour les vertus martiales du Grand Japon) en 1895 à Kyoto. Cette organisation pluridisciplinaire transforme les bujutsus (techniques guerrières vouées au combat) en budos (arts martiaux pour le développement du corps et de l'esprit) et les intègre comme activités pédagogiques dans les écoles et universités japonaises afin de renforcer la puissance militaire nationale. On assiste là à une formation des ressources humaines japonaises. Ce processus d'acculturation contribue à aligner idéologiquement l'éducation aux arts martiaux à la politique gouvernementale ultra-nationaliste. Les budos sont standardisés et toutes les organisations d'arts martiaux sont regroupées et contrôlées par le gouvernement.

La Seconde Guerre mondiale participe à la disparition de nombreuses écoles d'arts martiaux japonaises et à la perte de connaissances par les morts de guerre. En 1945, pendant l'occupation alliée du Japon par les américains, le général Douglas MacArthur, Commandement suprême des forces alliées (GHQ ou General Headquarters, termes utilisés par les japonais), dissout toutes les organisations de propagande militaires ou nationalistes dont le Dai Nippon Butokukai qui a servi à la politique expansionniste du Japon. Une directive de l'armée alliée interdit les bujutsu et les budo, toute activité organisationnelle des arts martiaux ainsi les professeurs d'arts martiaux à l'école. Les adeptes de la pratique martiale s'adaptent, à l'exemple du kendo qui devient un sport de compétition de flexion. En 1948, les Américains autorisèrent la reprise de l'enseignement martial. Dans les années 50, les Japonais virent croître la symbolique compétitive du sport et des compétitions internationales. On assiste à la [« sportivisation » des pratiques martiales](#). Quand le Japon retrouva sa souveraineté, la Dai Nippon Butoku Kai fut rétablie dans le cadre d'une organisation privée (1953), avec toujours dans l'objectif de standardiser et contrôler la pratiques des arts martiaux

mais aussi de faire renaître le bushido et les valeurs de paix à travers un enseignement physique et moral. De l'utilité au combat réel, la notion de « combat-nation » se transforma en « sport de combat ». Cela donna naissance aux arts martiaux modernes. Ceux-ci se distinguent des arts martiaux traditionnels par l'apport du Bushido à sa pratique. La Dai Nippon Butokukai reprend ses missions originales de préservation, de diffusion des arts martiaux et de certification des écoles. Une logique marchande de l'enseignement et de combats-spectacle augmente l'intérêt et la demande occidentale, créant « un effet d'aspiration qui suscite des filières d'immigration de professionnels de l'enseignement », selon Benoit Gaudin (2009).

À l'occidentalisation incontrôlée des arts martiaux

Les expatriés japonais et les étrangers travaillant au Japon exportèrent de plus en plus les arts martiaux à partir de la fin du XIX siècle vers les États-Unis et l'Europe. Edward William Barton-Wright (1860-1951) est un des premiers pratiquants de jiu-jitsu et de judo en Europe. Ingénieur au Japon dans les années 1890, il retourna en Angleterre en 1898 et fonde le [Bartitsu Club](#) de Londres en 1899. Il y proposa sa propre méthode de jiu-jitsu occidentalisé, un art d'auto-défense courtois conçu dans le cadre de la légitime défense en société urbaine. Il invita les premiers experts de judo en Europe à enseigner dans sa salle et le Bartitsu Club devint très vite le siège de tous les experts japonais à Londres. L'auteur Arthur Conan Doyle (Sherlock Holmes) fit de nombreuses fois référence au Bartitsu.

Le judo a été le premier art martial japonais à être reconnu à l'international, le premier à participer aux Jeux Olympiques en 1964 et le premier art martial japonais à s'être implanté en France de façon durable. En 1936, après avoir importé les arts martiaux aux États-Unis et en Angleterre, Mikinosuke Kawaishi judoka expatrié nippon de l'école du Dai Nippon Butokukai, introduisit le judo en France et crée le Club Franco-Japonais. Il forma ses premières ceintures noires dont Moshe Feldenkrais, physicien israélien qui créa la même année le Jiu-jitsu Club de France avec Paul Bonet-Maury, docteur en pharmacie et Pierre Joliot-Curie, biologiste. Ces scientifiques avaient auparavant rencontré Jigoro Kano lors de ses séjours en France en 1933 et 1934. Ils organisèrent une promotion de l'art martial et œuvre à le différencier des autres pratiques de combat. Le judo et le jiu-jitsu se sont positionnés comme des [formes d'affrontement cultivées et intellectualisées](#). Les pratiques du karaté et l'aïkido se diffusèrent

Au cours des années 50. Durant cette période, des maîtres s'expatrient afin de diffuser leurs savoirs. Selon une source humaine, expert en intelligence économique et professeur d'arts martiaux en France, « beaucoup de transfert de connaissance s'opèrent du Japon vers l'Occident par le biais d'occidentaux ayant séjourné au Japon et ramené leurs connaissances dans leur pays d'origine. S'ils ont reçu des enseignements au Japon, ils ne sont pour la plupart pas autorisés à enseigner par leur shihan japonais (titre de maître instructeur). Ce n'est que plus tard que les shihan décidèrent d'aller à l'étranger pour constater les enseignements « non-autorisés » et les encadrer. Beaucoup des occidentaux qui ont véhiculé ces traditions sont d'anciens soldats américains ayant participé à l'occupation américaine du Japon après 1945. Un exemple emblématique fut [Donn F Draeger](#) » (1922-1982) ayant servi dans le corps des *Marines*. Pionnier du judo aux États-Unis, il mena des recherches sur les arts martiaux et est l'auteur d'importants ouvrages sur le sujet.

Les arts martiaux se sont implantés dans les sociétés occidentales et sont ancrés dans l'imaginaire collectif par leurs influences sur la littérature ou encore le cinéma. Cependant, Benoit Gaudin explique dans un [entretien](#) publié dans la revue « Aspects Sociologiques » de l'université de Laval, que les arts martiaux sont « modifiés par les groupes sociaux qui les pratiquent et qui se les approprient. [...] Or, on nous présente trop souvent les arts martiaux comme des " survivances intactes du passé " ». Les pratiquants occidentaux se font une conception et une interprétation de l'activité oubliant les significations et les récits mythologiques qui sont le fondement des gestes des arts martiaux et qui leur donne leur pertinence. Les arts martiaux sont aujourd'hui généralement enseignés par des individus n'appartenant pas à la culture japonaise. Leur dimension spirituelle n'intègre aucun des courants spirituels présents dans les pays occidentaux.

De plus, on retrouve en Occident une finalité sportive des arts martiaux (sports de combat) tandis qu'au Japon et dans les pays orientaux tels que l'Inde, la Chine ou la Corée, il existe encore des liens entre religion et arts martiaux. Les maîtres japonais insistent sur la pratique du zen. Cependant la transmission des arts martiaux à l'occidentale ne souligne que peu le sens profond de la dimension spirituelle des arts martiaux. C'est ce que démontre Jean-Noël Blanchette, karatéka et docteur en théologie dans sa [thèse](#) « Le syndrome perroquet : explorations critiques de la dimension spirituelle des arts martiaux japonais dans la culture francophone occidentale » par l'apparition de la notion de « sous-culture » développée en Occident. Et si le Japon a pu se repositionner en tant qu'acteur de la gouvernance des arts

martiaux dans le monde par l'[officialisation](#) de la Dai Nippon Butoku Kai en 2012, ce paramètre intrinsèque échappe à la diffusion occidentale des valeurs qui fondent les arts martiaux modernes japonais. La Dai Nippon Butoku Kai a délégué à son émanation l'[International Martial Arts Federation](#) le pouvoir de délivrer les titres de Renshi, Kyoshi, Shihan et Meijin en son nom. Par son ancienneté et son prestige, elle maintient ainsi la gouvernance sportive des arts martiaux et le dan DNBK (système de graduation japonais adopté par les écoles d'arts martiaux) lui permet d'étendre la pratique martiale aux valeurs spirituelles traditionnelles et culturelles au niveau international. Cette démarche a des limites : toutes les fédérations sportives ne sont pas adhérentes et n'utilisent pas forcément le dan DNBK. Les occidentaux ne sont donc que peu réceptifs à la propagation de la culture morale liée au Bushido et aux arts martiaux modernes japonais.

Les arts martiaux ont popularisé le Bushido et ont été utilisés par le gouvernement nippon comme un vecteur d'affirmation identitaire et philosophique nationaliste au début du XXe siècle. Cette méthode d'éducation est progressivement devenue un sport. La société japonaise, pourtant longtemps protectionniste de ses secrets, est séduite par l'ouverture aux pays extérieurs. Les expatriés et experts japonais sont les acteurs majeurs de l'occidentalisation des arts martiaux. À cause de son passé lié au militarisme et aux yakuzas, la Dai Nippon Butoku Kai a une influence limitée. Son existence marque bien la volonté des japonais de garder la main sur la diffusion de son héritage culturel, mais les dimensions sociologiques propres à l'interculturalité tendent à effacer l'influence du Bushido dans la pratique martiale occidentale.

Les limites de cette diffusion culturelle

Ces limites se matérialisent au travers de l'identité culturelle japonaise (1) qui crée un rapport de force entre le Japon et les pays occidentaux (2).

L'émergence à travers le temps d'une identité culturelle japonaise

La culture japonaise est issue de plusieurs autres cultures notamment chinoises et coréennes. En effet, pendant les 5^{ème} et 6^{ème} siècles, ces deux pays vont partager beaucoup de leurs connaissances avec le Japon, à commencer par l'écriture et le Bouddhisme. L'arrivée au pouvoir du [clan Fujiwara](#) au 8^{ème} siècle changea la situation. Voulant copier les chinois qui réalisaient

des archives sur leur pays, le « [Nihongi](#) », ouvrage sur l'histoire du Japon, fut rédigé. Le japonais n'existant pas en langue écrite, la rédaction s'est faite en idéogramme chinois. Conscient que l'écriture chinoise ne permettait pas de bien transposer la langue japonaise, le Japon décide alors de créer sa propre écriture appelé le Kana⁸.

Dès lors, la poésie et la littérature japonaise se développe jusqu'à devenir inévitable. Le meilleur exemple est l'ouvrage « [Dit du Genji](#) » ouvrage écrit par [Murasaki Shikibu](#), une dame de la cour au service d'une des Impératrices-consort de l'empereur Ichijo, et membre du clan Fujiwara. Aujourd'hui encore il est considéré comme un des chefs d'œuvre de la littérature. A force de se développer, le Japon prend conscience vers le 9^{ème} siècle de sa propre identité et s'applique à affirmer ses particularités⁹.

Au 12^{ème} siècle, la classe guerrière prend de plus en plus de place dans la société. Cette classe suit un code de valeur très important nommé [Bushido](#). Ce code de valeur impose aux guerriers un idéal de vie guerrière fondée sur "la discipline personnelle, l'exaltation des qualités spartiates et l'ascèse physique et mentale"¹⁰. Au travers du temps, ce code fut appliqué aussi dans la société civile prenant forme sous deux vertus essentielles : la fidélité indéniable aux engagements souscrit et les liens sacrés de la famille¹¹. La place de ce code fut si grande que de nombreux écrits tel le « [Heike Monogatari](#) » ont reflété son importance.

Ce système dura jusqu'à [l'Ere Meiji](#) (1868-1912), qui, du fait de la modernisation du pays, banni les [samouraïs](#). Ces derniers ont alors dû se reconvertir. Certains décidèrent de devenir les principaux dirigeants de l'armée impériale japonaise, d'autres, comme [Iwasaki Yataro](#) (fondateur de l'entreprise Mitsubishi) ont préféré se tourner dans la politique et [l'industrie](#) et ont appliqué les principes du Bushido dans leurs entreprises. Par ailleurs, afin de s'assurer que la pratique du Bushido survive aux Samouraïs, et d'expliquer aux publics occidentaux la mentalité japonaise [Inazo Nitobe](#) rédigea « [Bushido, l'âme du Japon](#) », qui reste une œuvre de référence pour comprendre la culture japonaise.

Ce code resta bien présent dans les esprits japonais durant très longtemps. Pour preuve, lors de la première guerre mondiale, un groupe d'officiers conservateurs appelé «Kodoha » ([faction de la voie impérial](#)) estimait que la force spirituelle des soldats constituait le meilleur

⁸ REISCHAUER Edwin, *Histoire du Japon et des Japonais*, Paris édition point 2014.

⁹ *Idem*

¹⁰ *Idem*

¹¹ *Idem*

gage de succès¹². De même, durant la seconde guerre mondiale, les officiers préféraient garder leur sabre à la ceinture (symbole du guerrier Samouraï) dans les jungles d'Asie malgré la difficulté de déplacement qu'il en résultait¹³.

Un geste fort montrant le désir qu'avaient les Japonais de garder leur identité culturelle.

Le rapport de force entre la culture japonaise et occident

Le Bushido, comme expliqué ci-dessus, avait une place fondamentale dans la vie des Japonais. Il était insaisissable pour beaucoup d'occidentaux d'où pourquoi « *Bushido, l'âme du Japon* » a été rédigé. Il existait au Japon une volonté de transmettre sa culture en interne ainsi que la faire connaître hors des frontières du pays. Au début de l'industrialisation du Japon et de son ouverture sur le monde, cette action permit de laisser entrevoir un pays ouvert et accueillant. Il s'agissait d'une forme de *soft power*. Cependant le *Bushido* a fini par prendre une place particulière dans la lutte entre le Japon et l'Occident.

Cette situation a commencé avec la montée en puissance du mouvement ultra nationaliste japonais « [Jiyu Minken Undo](#) » qui dénonçait l'influence occidentale au Japon et qui souhaitait renouer avec les traditions militaires passées¹⁴.

De même, lors de la montée du totalitarisme militaire japonais, il fut ordonné d'éduquer les enfants à faire passer leur pays avant eux-mêmes tout en appliquant certaines valeurs passées. Ainsi chaque enfant reçut à l'école un « *Kokutai Nohongi* » (principe fondamental du [Kokutai](#)) dans lequel se trouvaient les récits mythologiques illustrant la supériorité japonaise et la continuité dynastique du fait de son origine divine, l'exaltation de la volonté impériale, le rappel des vertus confucéennes de loyauté individuelle et de piété filiale, l'évocation du code de l'honneur guerrier. Ce mouvement allait de pair avec une dénonciation de l'individualisme et des vices des peuples de l'occident¹⁵.

Ces deux faits n'ont pas aidé le Japon à penser une stratégie d'influence culturelle, et c'est encore plus vrai à la fin de la seconde guerre mondiale. En effet, la présence continuelle des troupes américaines sur le territoire japonais ainsi que la mise sous tutelle du Japon a fait complètement évoluer la vie des J

¹² REISCHAUER Edwin, *Histoire du Japon et des Japonais*, Paris édition point 2014.

¹³ *Idem*

¹⁴ *Idem*

¹⁵ *Idem*

aponais dans un format plus « occidental » ce qui effrayait les plus anciens japonais qui commençaient à voir venir la fin de leur identité culturelle¹⁶.

C'est finalement dans les années 60 que commença une première extériorisation des arts culturels japonais¹⁷. Ceci est dû au rejet complet du patriotisme et de tout ce qui pouvait identifier de nouveau le Japon aux actes barbares fait pendant la seconde guerre mondiale. Procédant ainsi, le Japon avait développé une stratégie d'influence culturelle.

Cependant cet état de fait n'a pas duré. Face à la riposte économique des pays d'occident qui a stoppé le Japon dans sa stratégie, ce dernier redoute à nouveau une nouvelle action des occidentaux contre le pays. C'est pourquoi l'Etat décide dans les années 80 de changer le programme éducatif des enfants en instaurant un enseignement sur l'histoire internationale et une formation civique¹⁸. Cette action a eu pour conséquence le remonté du nationalisme et au travers de cette pensée politique un retour aux valeurs du *Bushido*.

Depuis les années 2000, le Japon est partagé entre deux manières de vivre sa culture : le *Shinjinrui* et le *Yamato*. Le premier, aussi nommé nouvelle humanité, consiste à perdre sa culture par l'arrivée des nouvelles technologies créant alors des hommes utilitaristes et égocentriques mais moins introvertis et sensibles. Le second est le « vieux Japon », l'attachement aux vieilles pratiques avec un fond patriotique¹⁹. C'est ce partage qui explique cette ambivalence dans la réaction du Japon face au nouvel engouement pour la culture japonaise.

Ainsi, la réaction positive du Japon face à l'impact des mangas dans le monde sera plutôt dû au *Shinjinrui* de la société japonaise alors que la réaction japonaise dans le cas de arts martiaux qui s'ancrent totalement dans le *Bushido* s'inscrirait plutôt dans le côté *Yamato*.

Il existe donc une forme de bipolarité japonaise qui partage le pays entre l'ouverture culturelle et la fierté de leur identité culturelle.

Cette bipolarité est démontrée par le phénomène *cool japan*. En effet, depuis les années 2000, les pays occidentaux s'intéressent de plus en plus à cette culture japonaise. La demande afflue. Le refus des japonais de partager cette demande a conduit à une forte exportation des éléments composants sa culture sans aval étatique. Face à cette vague d'influence non

¹⁶ REISCHAUER Edwin, *Histoire du Japon et des Japonais*, Paris édition point 2014.

¹⁷ *Idem*

¹⁸ *Idem*

¹⁹ *Idem*

contrôlée, le pays du soleil levant prend conscience qu'à défaut d'une implication de sa part dans cette exportation culturelle, le pays risquerait de perdre son identité culturelle. C'est pourquoi, le Japon cherche à restructurer et surtout à contrôler cette influence culturelle non désirée.

Conclusion

Depuis sa capitulation face aux alliés, le Japon a cherché à retrouver une puissance par l'usage d'une stratégie d'influence culturelle à l'échelle mondiale. Cette stratégie, de part des actions menées par les Etats occidentaux, a vu sa compétence et sa puissance osciller dans le temps. C'est cette évolution qui fait l'objet de notre étude ; à la fois les raisons et les conséquences. Dans un premier temps, le Japon se dote d'une très grande stratégie d'influence au travers, notamment, de la technologie et de l'innovation. Face à cette montée en puissance les pays occidentaux ont cherché à renverser la situation, forçant le Japon à entrer dans une période difficile économiquement. Après un temps d'absence, et du fait d'un intérêt de la part des Etats occidentaux pour la culture japonaise, le Japon décide alors de d'ouvrir sa culture vers l'extérieur afin de détruire l'image de puissance dangereuse qu'il revêt aux yeux des pays asiatiques et occidentaux. Cette ouverture associée à l'essor du manga et des dessins animés japonais, a permis au Japon de se lancer dans une nouvelle stratégie d'influence culturelle à l'échelle internationale. Un nouveau soft power japonais est en action. ce soft power est d'autant plus intéressant qu'au tout début il n'était pas voulu et organisé par les japonais. C'est contraint par la demande étrangère que le pays du soleil levant a fini par mettre en place un plan d'action.

Malgré ce phénomène de « japanisation » le Japon ne désire plus continuer à se limiter au soft power, en cause le risque de désengagement étasunien, l'instabilité de la région et les limites associés même au soft power. Ainsi Shinzo Abe désire fortement retrouver son Hard Power. En juillet 2014, pour la première fois [le japon autorise son armée d'auto-défense à participer à des opérations extérieures](#). Cette mission a été acceptée par les Etats-Unis, dans un concept de « droit à l'auto-défense collective ». Victime de nombreuses cyber-attaques, le Japon décide aussi [d'engager et de former les meilleurs hackers](#) afin de pouvoir se défendre convenablement. Bien qu'il ne s'agisse pas d'une armée à proprement parler, ces hackers à la solde de l'Etat Japonais peuvent toujours être utilisés à des fins de hard power. L'article 9 de la Constitution ne prévoit pas ce genre de puissance.

Bibliographie

AKAHA Tsuneo "Japon : trouver l'équilibre entre soft power et hard power", janvier 2011, [researchgate.net](https://www.researchgate.net)

GOETZMANN Nicolas "Sortir de l'Europe de la crise, le modèle japonais ", 2013

HABER Daniel, "Les Sogo Shosha, Comment les sociétés de commerce international gèrent le monde, Economica, 1993.

HARBULOT, Christian. La Machine de guerre économique : Etats-Unis, Japon, Europe. Economica.1992. Édition du Kindle.

MARTRE, H. (1994), Intelligence Économique et Stratégie des entreprises, travaux du groupe dirigé par Henri Martre pour le Commissariat Général du Plan, Paris : La documentation Française.

NOHARA Hiroatsu "Des limites du mode de développement de l'économie japonaise : examens institutionnels et historiques", janvier 2002, l'Economie Appliquée, LV N° 1

NORA, Dominique. L'Étreinte du samouraï : Le défi japonais. Calmann-Lévy. 1991. Édition du Kindle.

REISCHAUER Edwin, "Histoire du Japon et des japonais", Edition point

ROUACH, Daniel. La veille technologique et l'intelligence économique : « Que sais-je ? » n° 3086 .Presses Universitaires de France. 1996. Édition du Kindle.