La Diplomatie Culturelle du Japon

---Le Manga joue un rôle important dans la diplomatie japonaise

1. Introduction

① Aujourd'hui je voudrais parler de la diplomatie, en particulier de la diplomatie du Japon dans le domaine de la culture. Je pense qu'il y a une perception générale que la diplomatie est quelque chose de difficile qui est manipulé par les spécialistes du genre.

② En effet, il y a une maxime anglaise qui dit « the diplomat is an honest person who lies in a foreign country for the benefit of his own country » (le diplomate est une personne honnête qui réside et ment dans un pays étranger au bénéfice de son propre pays). Probablement elle était vraie à l'époque de ce qu'on appelle « la diplomatie de palais » dans le temps. Cependant, dans le monde actuel, la diplomatie est plus démocratique.

Il est certain que les diplomates professionnels font des efforts quotidiennement pour maintenir des relations, parfois délicates, entre les pays. Un diplomate expérimenté a dit que la diplomatie est proche du jardinage. Si vous ne soignez pas le jardin tous les jours, en coupant les branches et en enlevant les mauvaises herbes, il devient tout d'un coup une jungle.

Mais, aujourd'hui, la diplomatie ne repose pas seulement sur la responsabilité de ses professionnels.

③ Tout le monde peut être un acteur dans la diplomatie moderne.

2. Public Diplomacy (la Diplomatie Publique)

④ Peut-être avez vous déjà entendu parler du terme anglais « Public Diplomacy » ? Si je le traduis littéralement en français, c'est « la Diplomatie Publique ». Je ne comprends pas la nuance de ce mot français, et même en anglais la signification de ce mot n'est pas encore établie. Mais, généralement, on définit la « Public Diplomacy » comme les moyens par lesquels un pays communique avec les citoyens dans d'autres pays par l'intermédiaire des individus ou des institutions publiques et privées. C'est ainsi que j'ai travaillé au bureau « Public Diplomacy » du Ministère des Affaires Etrangères à Tokyo il y a à peine deux ans.

⑤ Dans les pays démocratiques, les leaders politiques sont obligés de tenir en compte de l'opinion publique quand ils décident sur la politique étrangère. Dans un pays totalitaire comme le Corée du Nord, le leader Kim Jong-il pourrait décider du lancement des missiles ou des tests nucléaires sans consulter personne. Cependant, dans la plupart des pays du monde, les parlementaires qui sont élus démocratiquement peuvent contrôler la politique gouvernementale, l'opinion publique influence de plus en plus le processus de la décision gouvernementale et les citoyens exercent maintenant davantage d'influence directement sur la politique gouvernementale par l'intermédiaire des ONG. Par conséquent, quand un pays essaye

de convaincre un autre pays de prendre une certaine position, il n'est pas suffisant de mener les négociations au niveau gouvernemental. Il est également important de persuader le peuple de ce pays de soutenir cette position.

La guerre d'Iraq nous offre une intéressante étude de cas dans le domaine de la « Public Diplomacy ». La communauté internationale est divisée à l'égard de la position sur la guerre. Comme vous le savez, la plupart des pays européens se sont opposés à la guerre. J'étais à Paris, quand le gouvernement français a dit « non » à la résolution du Conseil de Sécurité des Nations Unies sur la sanction militaire contre l'Iraq. Tandis qu'il y a plusieurs raisons pour lesquelles la France était contre la guerre, l'une des raisons principales était sûrement qu'un grand nombre de français ne voulaient pas la guerre. En analysant cette situation, certains critiques ont dit que c'était l'échec de la « Public Diplomacy » américaine.

⑥ Le Japon a l'expérience d'un grand succès dans le domaine de la « Public Diplomacy », obtenu il y a déjà longtemps. Avant la guerre russo-japonaise qui a éclaté en 1904, le gouvernement japonais avait besoin du soutien du gouvernement et du peuple américains afin d'émettre les emprunts nationaux pour financer la guerre et de faire jouer le rôle de médiateur au président américain pour terminer la guerre au moment approprié. Inazo Nitobe a écrit et a publié le livre intitulé « Boshido, l'esprit du

Japon » aux Etats-Unis en 1900. « The Last Samurai (le Dernier Samurai) », un film, qui a obtenu une nomination à l'Academy Award et dans lequel Tom Cruise a joué le rôle principal, semble être influencé par ce livre. Il paraît que le livre « Bushido » a tant ému les Américains que beaucoup d'entre eux ont ensuite ressenti de la sympathie pour le Japon et le peuple japonais. En effet, quand M. Kentaro Kaneko, envoyé spécial du gouvernement japonais, est allé aux Etats-Unis pour obtenir un soutien, il a donné ce livre au Président Theodore Roosevelt. Impressionné par le livre, le Président est devenu favorable au japonais et a joué le rôle de médiateur pour mettre fin à la guerre dans des conditions favorables au Japon.

3. Soft Power (le Pouvoir souple)

⑦ Le rôle que le livre « Bushido » a joué peut être appelé « Soft Power ». Si je le traduis littéralement en français, c'est le pouvoir souple. Prof. Joseph Nye, ex-secrétaire adjoint à la défense du Président américain et doyen de John F. Kennedy School of Government de l'université Harvard, a écrit un livre intitulé « Soft Power » dans lequel il a défini le « Soft Power » comme la capacité d'obtenir ce que vous voulez en séduisant ou persuadant les autres pour faire accepter votre proposition. Il explique que le « Soft Power » est différent du « Hard Power (le Pouvoir dur) » qui est la capacité d'utiliser « la carotte et le

bâton » de la force économique et militaire pour faire obéir les autres à votre volonté.

Le « Soft Power » est parfois plus fort et influent que le « Hard Power » dans le sens qu'il peut motiver les autres à faire quelque chose volontairement.

⑦ Il est certain que les films de Hollywood, ou les films français, influencent un grand nombre de peuples à travers le monde en termes de promotion de la liberté et de l'individualisme. Les jeunes gens iraniens écoutent clandestinement la pop music américaine et regardent les vidéos de Hollywood illégalement importées. Ils sentent à coup sûr l'atmosphère de la liberté.

⑦ Le Japon a établi jusqu'à présent son image à l'étranger par sa culture traditionnelle unique. « Ukiyoe », les estampes japonaises ont influencé les peintures françaises et ont fait naître l'école d'impressionnisme au 19^e siècle. « Madame Butterfly » composée par Puccini a contribué à créer une image exotique sur le Japon pendant longtemps. « Fujiyama et Geisha » sont des images stéréotypes de ce petit pays insulaire pour les étrangers qui ne le connaissent pas tellement. En même temps, beaucoup de gens sont fascinés par la culture japonaise comme « Chado-la cérémonie de thé », « Ikebana-l'arrangement des fleurs », « Haiku-la poésie courte », « Zen-le Bouddisme », « Sumo-

M.Chirac, ancien Président de la République, est connu pour être

un grand fan de sumo » « le Théâtre de Kabuki » et « le Théâtre de Noh ».

Alors que les gens ont une image du Japon qui varie en fonction de leur niveau de connaissances de la culture japonaise, je crois que tous ces éléments de la culture japonaise contribuent à produire une image positive du Japon dans l'esprit de la plupart des gens. C'est cela le « Soft Power » du Japon. Quand le Japon essaye d'obtenir le soutien de peuples d'autres pays sur une certaine question, la bonne image qu'ils ont du Japon va avoir pour effet de les inciter à prendre une position favorable au Japon.

4.La culture populaire du Japon

⑧ En plus de la culture traditionnelle qui a contribué à créer cette image du Japon à l'étranger, le Japon assiste maintenant à un phénomène nouveau, la montée de la popularité de la culture populaire du Japon à travers le monde. Les films d'animation produits par Hayao MIYAZAKI attirent des centaines de millions de personnes dans le monde. A Samawa en Iraq où les Forces d'Auto-Défense du Japon ont stationné, « Capitane Tsubasa », un dessin animé de football, a été diffusé par la télévision et a amusé de nombreux enfants qui étaient privés de distraction. Dans les grandes villes comme Strasbourg, Paris, New York et Londres, on peut trouver des étalages pleins de Manga - les bandes dessinées

japonaises - dans les librairies. En effet, aujourd'hui dans de nombreux pays, des étudiants veulent étudier la langue japonaise pour lire des Manga en japonais . « J-Pops », la pop music japonaise, séduit une grande quantité de fans en Chine, en Corée du Sud et dans d'autres pays asiatiques. Des millions de jeunes filles à Hong Kong, Séoul et Bangkok désirent porter la mode nouvelle de Harajyuku à Tokyo. Si vous considérez la cuisine japonaise comme une partie de la culture populaire du Japon, le « sushi » est maintenant mangé partout dans le monde. Je me souviens toujours que quand je suis venu en France pour la première fois il y a à peine trente ans, un couple français m'a demandé dans un restaurant si les japonais mangeaient vraiment les poissons crus. Aujourd'hui, on vous sert le « sushi », disons à la réception de la fête nationale de l'Algérie à Strasbourg.

⑧ M.Douglas McCray a nommé ce phénomène « Cool Japan » dans son article intitulé « Gross National Cool » qui était publié dans la magazine Foreign Policy. « Cool Japan » peut être traduit par « le Japon chic ». Dans les années 1980, l'économie japonaise a connu un boom au milieu de ce qu'on appelle « bubble economy-l'économie de la bulle ». Les entreprises japonaises ont investi d'une façon agressive dans les pays étrangers, en acquérant des terrains et des bâtiments à New York, ou en achetant la peinture de Van Gogh à des prix record dans les ventes aux enchères. Un livre intitulé « Japan as number one- Le

Japon comme numéro un » a été publié. Mais en même temps le Japon a effrayé les autres pays et « Japan bashing-taper sur le Japon » était à la mode. Au début des années 1990, l'économie japonaise est tombée dans la récession. Depuis lors elle a souffert de la stagnation pendant plus de 10 ans. L'expression « Japan passing-passer le Japon » a été utilisée au lieu de « Japan Bashing ». On a dit souvent que l'économie japonaise a perdu 10 ans dans les années 1990. Cependant, le Japon a augmenté sa présence sur la scène internationale au niveau de la culture populaire dans les années 1990, alors que son influence a diminué sur le plan économique.

Il me semble que le phénomène dit « Cool Japan » est différent du fait que des étrangers aient montré leur intérêt pour la culture traditionnelle du Japon dans le passé. Les gens qui s'intéressent à la culture traditionnelle japonaise sont normalement fascinés par la différence de la culture japonaise. Ils découvrent des valeurs différentes ou un sens de la beauté différent de ceux qui se trouvent dans la civilisation occidentale et ces différences les motivent à étudier la culture japonaise.

Par contre, aujourd'hui, beaucoup de gens s'amusent avec la culture populaire japonaise comme si c'était une partie de leur vie quotidienne. On regarde les films animés japonais, non qu'ils soient exotiques, mais parce qu'ils sont amusants. Les filles

asiatiques qui s'habillent à la dernière mode de Tokyo sont différentes des femmes européennes qui essayent de porter le « kimono » comme une curiosité. Elles s'habillent comme ça, parce qu'elles pensent que la mode de Tokyo est chic. On peut dire que la culture populaire japonaise possède à l'heure actuelle les valeurs universelles qui peuvent être partagées et appréciées par un grand nombre de la populations à travers le monde. Probablement, c'est la première fois dans son histoire que le Japon fournit une culture commune aux peuples des autres pays.

5.L 'initiative nouvelle dite « la diplomatie Manga »

Le Ministre des Affaires Etrangères du Japon a commencé à profiter de ce phénomène « Cool Japan » pour améliorer l'image du Japon et ainsi renforcer son « Soft Power ».

⑨ Depuis longtemps le Ministre des Affaires Etrangères a considéré que les échanges culturels constituent une partie importante de la diplomatie japonaise. Il a mis en oeuvre de nombreux programmes partout dans le monde, en coopération étroite avec la Fondation du Japon, organisation qui se charge de faire connaître la culture japonaise à l'étranger. Nous avons présenté la culture traditionnelle et moderne du Japon à ceux qui s'y intéressent dans d'autres pays, nous avons essayé de faire progresser les échanges de personnes pour favoriser la compréhension entre les peuples, et nous avons encouragé

l'enseignement de la langue japonaise pour faire approfondir la compréhension de la culture et de la société japonaise. Par exemple, un des programmes les plus réussis est « JET- Japan Exchange and Teaching Program ». Chaque année environ 3000 jeunes gens en provenance de divers pays sont invités à vivre au Japon pendant 2 ans pour enseigner l'anglais, le français ou d'autres langues étrangères dans les lycées. Environ 40 jeunes français participent à ce programme chaque année. Le Prof. Joseph Nye considère le programme JET comme une des formes les plus efficaces de « Public Diplomacy » dans son livre « Soft Power ».

⑩ En plus de ces programmes en cours, le Ministre des Affaires Etrangères vient de commencer un nouveau programme pour promouvoir la culture populaire japonaise. L'ancien Ministre des affaires étrangères M. Aso a pris une initiative personnelle dans ce domaine. En effet, il est un grand admirateur de mangas depuis son enfance. On dit qu'il lisait souvent des mangas pendant qu'il attendait un avion en voyage officiel. Le Ministre a changé, mais on a maintenu la politique qui permet d'utiliser les mangas comme atout diplomatique.

En termes concrets, nous sommes en train d'appliquer les trois mesures suivantes.

⑩ La première mesure est la création du Prix Manga. Le Prix

Manga est donné aux jeunes auteurs de manga sélectionnés à travers le monde. De nouveaux auteurs de manga apparaissent aujourd'hui dans tous les pays. En tant que pays où sont nés les mangas, le Japon voudrait encourager ces jeunes auteurs . Le premier Prix Manga a été attribué l'année dernière à M. Lee Chi Ching de Hong Kong pour son oeuvre « Sun Zi's Tactics ». On vient de commencer à recevoir les candidatures au Prix Manga pour cette année. Ceux qui voudraient participer à ce concours peuvent déposer une candidature avec leurs oeuvres auprès du Consulat Général du Japon.

⑩ La seconde mesure est la nomination d' « Ambassadeurs de films d'animation ». Nous allons nommer de jeunes producteurs de dessins animés comme ambassadeurs et montrer leurs films dans différents pays. Nous espérons qu'un second ou un troisième Hayao Miyazaki naîtra de ce programme.

⑩ La troisième mesure est la création de « stages culturels » pour des étudiants au sein des ambassades et des consulats généraux du Japon. Nous acceptons des étudiants locaux comme stagiaires dans la section des échanges culturels de nos ambassades ou consulats généraux. Les étudiants peuvent ainsi apprendre la culture japonaise et les membres des ambassades et des consulats généraux peuvent savoir ce que pensent les jeunes locaux de la culture japonaise. Ceux qui sont intéressés par un travail de

stagiaire sont invités à venir au Consulat général du Japon à Strasbourg.

6.L'image de la France

⑪ Maintenant je voudrais changer de sujet pour discuter de l'image de la France. A votre avis, quelle est l'image de la France ou des français pour les étrangers ?

⑪ C'est cette image. Je l'ai empruntée au livre intitulé « Culture Shock France » et écrit par Mme Sally Adamson Taylor. Dans ce livre, elle écrit, « Les français considèrent le coq comme le symbole national. Non seulement le coq chante à voix haute, mais il marche d'une façon fière, en prenant de l'ascendant sur les autres animaux dans la cour de ferme. Il pense qu'il est supérieur à tous ceux qui essayent de mettre en question son autorité ». Elle cite également une phrase ironique qui dit : « Un Anglais vous demande pardon quand vous marchez sur son pied. Un Français vous le reproche quand il marche sur votre pied. ».

Je pense que cette image est un peu caricaturale. Un pays ou un peuple a trop d'aspects caractéristiques pour qu'on puisse exprimer son image en quelques mots.

⑫ En effet, il y a un sondage sur l' image des pays effectué par l'institut de recherche GMI(Global Market Insite) chaque trimestre de l'année. GMI publie « Anholt National Brands

Index » qui mesure le pouvoir et le charme de l'image d'un pays. L'index est la somme des perceptions que les gens gardent d'un pays dans 6 domaines de compétence nationale tels que le tourisme, la culture et la gouvernance. ⑫D'après le sondage le plus récent, la France s'est classée 3^{ème} parmi les 35 pays couverts par l'enquête, alors que le Japon s'est classé 9^{ème}. Le classement des pays est assez variable selon les sondages. J'ai cherché la meilleure place pour le Japon. ⑫D'après le sondage du quatrième trimestre 2005, le Japon s'est classé 7^{ème}, tandis que la France s'est classée 8^{ème}. De toute façon, la France et le Japon se sont classés parmi les 10 premiers pays dans la plupart des sondages.

7.La coopération franco-japonaise

⑬ Le Japon et la France maintiennent des relations excellentes depuis longtemps. Les échanges et les coopérations se multiplient dans presque tous les domaines politique, économique, scientifique et culturel. Les deux peuples gardent une image positive l'un de l'autre. Notamment les Japonais admirent la culture française et il y a de nombreux Français qui sont attirés par la culture japonaise. Je trouve qu'il y a quelque chose de commun dans les deux cultures. C'est peut-être l'ardeur à rechercher la sophistication culturelle jusqu'au bout. Par

exemple, je crois qu'il y a le même esprit dans la cérémonie de thé et dans la façon de boire du vin français. Je ne trouve pas d'autres peuples que les Français et les Japonais qui consacrent autant d'efforts à boire quelque chose, soit du vin, soit du thé.

Aujourd'hui j'ai parlé de manga japonais. Mais la bande dessinée est également très développée en France. Il y a quelques semaines, j'ai lu un article du Figaro qui dit que, en 2007, 4314 albums de bande dessinée ont été publiés dans l'Europe francophone et que 40,39% des oeuvres publiées sont des albums franco-belges contre 43,12% de mangas.

⑬ Cette année le Japon et la France célèbrent le 150^{ème} anniversaire du Traité d'Amitié et de Commerce qui est à l'origine des relations diplomatiques entre nos deux pays. Un grand nombre d'événements sont déjà prévus à travers la France et le Japon. Ici à Strasbourg au mois de mars, on organisera notamment un théâtre traditionnel de marionnettes qui s'appelle « Bunraku », et le festival du Japon « Japan Week » au mois de novembre. Je pense que cette année est une bonne occasion pour approfondir davantage la compréhension mutuelle entre nos deux peuples. Mais en même temps je crois que c'est aussi le bon moment pour les deux pays de projeter au monde entier l'image commune de pays de grande tradition et de grande culture. Je suis convaincu que le Japon et la France sont tous les deux bien

placés pour contribuer à la paix et à la prospérité du monde, en utilisant le « Soft Power » dont les deux pays sont bien dotés.

Maintenant j'aimerais conclure cet exposé sur la diplomatie culturelle du Japon, en vous montrant l'image commune franco-japonaise que je viens de dessiner personnellement.⑭

Merci beaucoup.