L'évitement du conflit dans la société japonaise

Elli Suzuki

Didacticienne des langues et des cultures,
Université de Bordeaux 3, France

Introduction

Il n'est pas rare d'entendre dire que les Japonais sont hypocrites, qu'ils sont difficiles à comprendre ou qu'il est très compliqué d'établir une relation amicale avec eux. Pour tenter de résoudre cette énigme, les gens essaient de donner des explications telles que « c'est parce qu'ils ne disent pas ce qu'ils pensent » ou « c'est parce qu'ils sont timides », etc. Lorsque l'on apprend une langue ou lorsque l'on est confronté à une culture autre que la sienne, notamment si elle en est très éloignée, il se peut qu'une tension lors d'une communication ou dans une relation se produise sans que l'on n'en saisisse précisément la raison ; elle peut même parfois conduire à la rupture de toute communication.

À partir de la thématique de cet ouvrage, nous allons mettre en lumière la dimension culturelle et historique de la société japonaise afin de tenter d'expliquer l'évitement du conflit par les Japonais dans leurs relations à autrui.

1 Les Japonais sont-ils vraiment énigmatiques ?

Depuis le début de notre séjour en France [1] et notamment comme enseignante de japonais auprès d'étudiants français et francophones, nous entendons souvent des propos récurrents concernant la population japonaise. Ils viennent en particulier d'étudiants qui l'ont côtoyée pendant un certain temps soit qu'ils aient eu une expérience de mobilité d'un an soit qu'ils aient des amis japonais. Apparemment, aux yeux de ces Français, nos compatriotes semblent énigmatiques ou inaccessibles : « Les Japonais ne disent de toute façon jamais ce qu'ils pensent », « Ils sont hypocrites » ou « Il

1. L'auteur a fait plusieurs séjours en France. Entre son premier séjour de trois ans et demi pour la licence et la maîtrise et son deuxième séjour d'un an pour le DEA, il s'est écoulé six ans. Après un an de retour au Japon, elle est revenue pour la troisième fois en France pour des raisons professionnelles.

n'est pas difficile de faire connaissance avec des Japonais. On sort ensemble, on rigole ensemble, mais il est impossible de devenir ami avec eux ! » Des propos comme ceux-ci sont monnaie courante.

Les étudiants français qui apprennent la langue et la culture japonaises savent qu'il y a une grande différence entre les cultures de ces deux populations. Ils perçoivent aussi que les Japonais sont en général très discrets et réservés. Ils sont d'autant plus passionnés par cette langue-culture, qu'une fois confrontés à cette caractéristique énigmatique des Japonais, ils se sentent démunis. Ceux qui maîtrisent bien la langue japonaise connaissent suffisamment les codes sociaux japonais, les comportements et les attitudes des Japonais en détail mais se sentent pourtant rejetés par la communauté japonaise. Ils disent, consternés, « ce n'est pas parce qu'on maîtrise bien leur langue et qu'on connaît suffisamment bien leur culture que les Japonais nous acceptent pour autant comme quelqu'un d'intégré dans leur société. J'ai vraiment l'impression que quand on est étranger au Japon, on ne pourra jamais vraiment s'intégrer… ».

L'évitement du conflit tel que nous allons le traiter dans cet article est représentatif des comportements énigmatiques des Japonais aux yeux des personnes extérieures à cette société. Nous aborderons aussi la dimension comportementale, historique et sociale.

1.1 Les Japonais et leur rapport à la société japonaise : l'évitement du conflit

Voici quelques exemples banals de ce comportement dans la vie quotidienne au Japon. Par exemple, lors d'une conversation ordinaire entre amis, celui ou celle qui ne partage pas le goût d'un autre ne lui dira pas franchement ce qu'il/elle pense de peur de le/la blesser ou de le/la froisser. Ainsi, lorsque nous avons travaillé à l'Institut franco-japonais au Japon en tant qu'enseignante de français, un jour, entre collègues japonais, nous avons discuté des goûts de chacun concernant les tableaux de certains peintres connus. Quand nous avons exprimé notre engouement pour les tableaux de Marc Chagall, notre directeur de l'époque, lui, Français, s'est exclamé avec un air dégoûté « Quelle horreur ! Je déteste les tableaux de Chagall, avec toutes ces couleurs vives et ces personnages très laids… ». Nous nous en souvenons encore aujourd'hui comme si c'était hier car ses propos nous ont profondément choquée. Nous sommes restée hébétée, muette, alors qu'il avait tout simplement exprimé son goût personnel. Nos collègues japonais avaient, eux aussi, l'air mal à l'aise ne sachant que dire. Nous nous sentions personnellement visée, attaquée ; toute notre assurance était anéantie !

Le deuxième exemple s'est produit bien plus tard. Alors que nous vivons et travaillons avec des Français en France depuis presque vingt ans, nous nous sentons souvent mal à l'aise en particulier dans une situation où nous sommes amenées à tenir ouvertement des propos très critiques à l'égard de la personne concernée et physiquement présente ou dans une situation dans laquelle nous sommes l'objet d'une critique. Ainsi, il nous est arrivé d'assister à une scène où une de nos collègues a critiqué un autre collègue à propos de sa façon de travailler. Elle lui a dit très franchement qu'elle en avait assez de son incompétence et de son irresponsabilité qui lui avait causé beaucoup de problèmes et du travail supplémentaire. Nous éprouvions les mêmes griefs que

cette collègue et nous avions eu plusieurs occasions d'en discuter toutes les deux, nous montrant très critiques à l'égard du collègue en question. Cependant, nous nous sentions très mal à l'aise face à cette situation, nous étions, de plus, incapables de le critiquer ouvertement en présence du collègue concerné. Au Japon ou entre des personnes japonaises, il est extrêmement rare d'assister à ce genre de situation et encore plus rare d'y être impliqué, sauf dans le cas d'un supérieur hiérarchique face à son subordonné. En effet, on ne critique pas quelqu'un ouvertement en sa présence de peur de lui faire « perdre la face ». Car la critique peut être très mal perçue par la personne visée et déboucher sur une situation de conflit qui vient mettre fin à l'harmonie.

1.2 L'arrière-plan du comportement d'évitement du conflit

Nous nous intéressons maintenant à des notions susceptibles de nous apporter un éclaircissement à ce comportement. Il s'agit d'une part, de la communication à « contexte riche » *versus* « contexte pauvre » et d'autre part, de la société « collectiviste » *versus* « individualiste ».

1.2.1 La communication à contexte riche et à contexte pauvre

Il existe un champ de recherches au Japon intitulé « théories sur les Japonais » (traduction littérale) qui travaille les caractéristiques supposées de cette population, mais qui ne semble pas pertinent pour la présente étude.

La notion de communication à contexte riche et à contexte pauvre, déjà traitée par l'anthropologue américain Edward. T. Hall (1976/1979) à la fin des années 1970, reste encore fréquemment utilisée pour qualifier les relations en contexte japonais.

Dans le « contexte riche », c'est de l'information cachée et sous-entendue derrière la communication apparente, qui constitue la majorité du contenu du message. Dans ce mode de communication, le locuteur considère que son interlocuteur possède suffisamment de connaissances préalables, d'informations et de capacités pour déchiffrer les messages qu'il lui envoie. Avec un interlocuteur de « contexte riche », le locuteur n'a pas besoin d'émettre de message par la parole. Il s'agit en l'occurrence de « deviner la situation », de « lire un sentiment dans les yeux » ou alors d'une « entente tacite ». Dans la communication dite à « contexte pauvre », par contre, les informations et les messages sont envoyés essentiellement au moyen des paroles. L'interlocuteur n'a pas besoin de deviner les messages qu'il reçoit, il les reçoit tels qu'ils sont. Les personnes dont le mode de communication est à « contexte pauvre » préfèrent que la communication passe impérativement par les paroles. Elles ont moins de capacité que celles à « contexte riche », à comprendre le sens d'une variation subtile d'expression ou d'un changement de comportement quelconque de leur locuteur (Suzuki 2004, p. 86f.).

Il existe plusieurs échelles illustrant différentes nations / cultures classées selon le degré des deux contextes de communication. L'échelle illustrée ci-dessous est empruntée à Charles B. Pribyl (2000, p. 69). D'après la présente échelle, les Français se trouvent plutôt du côté de la culture « à contexte pauvre » et les Japonais du côté de celle à contexte riche. En effet, on qualifie souvent les Français comme ayant l'esprit cartésien ou le rationalisme cartésien, alors qu'on attribue aux Japonais peu d'engouement

pour la communication verbale comme le suggèrent ces proverbes japonais : « Les yeux parlent autant que la bouche » ou « Parler trop pourrait être à l'origine d'un malheur ».

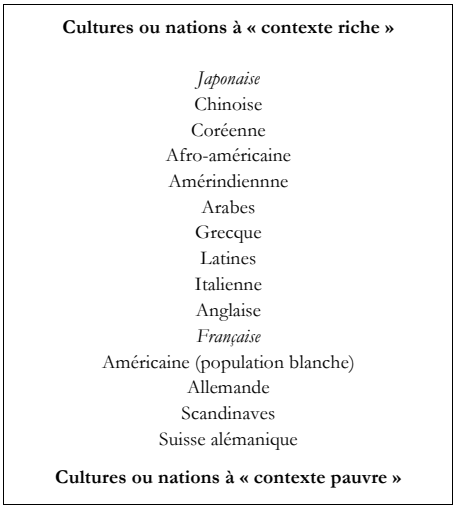


Figure 1 – Classement des cultures sur critères de contextes riche ou pauvre [cette figure est empruntée à Pribyl (2000, p. 69) qui reprend les travaux de Hall]

Bien évidemment ce classement est relatif. Les Français, face aux Japonais, se trouvent du côté de la culture à contexte pauvre, mais cette même population peut se situer du côté de la culture à contexte riche si on compare les Français aux Allemands ou aux Suisses allemands.[2] Un exemple de A. Araki (2001, p. 33f.) peut illustrer cette différence de culture de communication. Un couple dont la femme est Japonaise et le mari américain se promènent en voiture. À un moment donné, le mari, garant sa voiture devant une supérette, dit à sa femme « Je vais acheter une boisson » et s'éloigne. Quelques minutes plus tard, lorsqu'il retourne dans la voiture avec sa boisson à la main, sa femme se montre mécontente à son égard. Il lui demande une explication. Voici la réponse de la femme japonaise : « Comme tu m'as dit que tu allais acheter quelque chose à boire, j'ai naturellement pensé que tu allais revenir avec deux boissons à la main, une pour toi et une autre pour moi. Alors que tu as juste acheté ta boisson sans te demander si je n'avais pas, moi aussi, soif ! ». Son mari, écoutant l'explication accusatrice de sa femme, lui répond furieux : « Dans ce cas, pourquoi tu ne m'as pas demandé d'en acheter une pour toi ? Si tu ne me le dis pas clairement, comment veux-tu que je le sache ! » Voici un exemple de la différence de contexte de communication entre la femme japonaise qui s'attend à ce que l'autre (son mari) soit suffisamment attentionné pour penser à lui acheter une boisson sans qu'elle lui fasse une demande verbale et le mari américain qui ne comprend pas ce message implicite de sa femme puisque pour lui la communication passe en principe par les paroles. Dans ce cas de figure, on peut supposer que son message aurait été compris sans trop de difficulté si cette femme s'était trouvée avec un(e) compatriote.

2. *Cf.* Rist (2007).

Un autre exemple, de Mark Komissarov (2001, p. 39-42), met en évidence un malentendu entre deux personnes ne partageant pas le même mode de communication. Keiko, étudiante japonaise, qui séjourne aux Etats-Unis, habite un appartement avec une amie américaine Jane. Keiko a souvent du mal à se concentrer pour la révision, notamment la veille des examens car sa colocataire écoute tout le temps de la musique avec un volume puissant dans le salon. Un jour, Keiko rentre chez elle avec l'intention de réviser pour l'interrogation du lendemain et trouve Jane en train d'écouter de la musique très fort, comme d'habitude. Keiko fait une tentative afin de lui faire saisir son message en poussant un soupir et lui dit « Je suis un peu affolée car demain j'ai une interrogation en sociologie... ». Sa colocataire répond « Oh ma pauvre ! Mais fais-toi confiance, tu travailles tout le temps, alors tu le réussiras, j'en suis sûre ! » Keiko insiste en lui disant qu'elle a eu une mauvaise note la dernière fois et qu'elle doit absolument obtenir une bonne note cette fois-ci. Sa colocataire l'encourage une dernière fois, mais Keiko, ayant cru que son interlocutrice a saisi son message, s'énerve en entrant dans sa chambre car Jane écoutait toujours de la musique très fort... Keiko ayant été baignée dans une culture à contexte riche, essaie de transmettre son message en accordant une grande importance aux situations et aux contextes plutôt qu'aux contenus du message. Au lieu de lui dire directement qu'elle souhaiterait que sa colocataire baisse le son, elle s'attend à ce que son interlocutrice comprenne par le contexte (la veille d'un examen important), qu'il serait préférable de baisser le son ou de l'éteindre totalement. Or son amie, pour qui le contenu d'un message est primordial, n'est pas capable de « deviner » le message implicite de la Japonaise.

Dans cette situation, pourquoi Keiko ne s'est-elle pas exprimée, pourquoi n'a-t-elle pas dit ce qu'elle aurait voulu que fasse son interlocutrice : baisser le volume ? Certes, elle a toujours vécu dans une culture où les participants à un dialogue ou à une conversation partagent des messages implicites et des non-dits, où il faut agir en fonction de l'attente de l'autre, lire entre les lignes et deviner le contenu des messages. De plus, elle a peur que cette demande franche soit mal prise par sa colocataire et que cet incident ne les conduise à la rupture de leurs relations amicales. C'est la raison pour laquelle la Japonaise aurait préféré que cela vienne naturellement de son amie américaine et que celle-ci comprenne le sentiment de Keiko et qu'elle agisse de son propre chef.

Ces attentes existent aussi, bien sûr, dans un contexte français mais elles seraient alors qualifiées de demandes symbiotiques alors qu'elles appartiennent juste au code de politesse partagé au Japon.

Revenons à l'une de nos propres expériences, celle de notre conversation sur le goût pour la peinture. Selon Furuta (1997, p.116-119), au Japon, lors d'une discussion ou d'une conversation, les Japonais ont tendance à accepter l'opinion des autres sans s'opposer au point de vue de celui qui a pris la parole. À la fin d'un discours, le locuteur qui suit commence son discours en espérant obtenir l'approbation du public. Le chercheur insiste sur la particularité de la culture à « contexte riche » en expliquant que la personne qui se trouve du côté de l'interlocuteur implique la responsabilité de la transmission du message. Etant donné que le locuteur sait implicitement qu'il obtiendra de toute façon l'approbation de ses interlocuteurs, il peut exprimer tranquillement

ce qu'il pense et l'audience l'écoute sans le contredire, ni lui couper la parole. Dans cet espace de partage d'idées unilatéral, il n'y a pas de place pour l'opinion d'une troisième personne (la personne extérieure), ce qui fait que, entre « toi » et « moi » qui acceptons respectivement l'avis de l'autre sans opposition, les opinions restant très subjectives, celui qui apporte un avis objectif sera exclu du groupe. De ce point de vue, dans le cas de notre conversation sur la peinture, l'intrus (le directeur français) semblait avoir violé la tacite approbation des règles de conversation en exprimant une opinion qui s'oppose à notre goût exprimé précédemment. Furuta ajoute que, pour ces raisons, il est difficile d'organiser un débat dans une société « à contexte riche » car il finira en général par un simple tour de parole des participants.

2 Société à dominance collectiviste ou individualiste

Dans une précédente étude, menée avec Soyoung Yun-Roger, nous avons montré que les Coréens et les Japonais appartiennent à une « culture collectiviste » par rapport aux Français qui appartiennent plutôt à une « culture individualiste » (Yun-Roger et Suzuki 2009, p. 140). Dans une société collectiviste, les personnes ont tendance à se positionner avant tout comme membre d'un groupe, et cette attitude est en général bien codifiée.

« Selon Han & Ahn (1994 : 301-302), les collectivistes, se souciant beaucoup des conséquences de leurs actes sur les autres membres du groupe, sont plus enclins à sacrifier leurs intérêts personnels pour le bénéfice des intérêts collectifs. En revanche, les individualistes se soucient davantage du lien entre leurs actes et leurs propres besoins, intérêts et objectifs. "L'individualisme ainsi que l'esprit critique ne sont pas (non plus) bien accueillis dans la société japonaise, où l'individu s'efface devant le groupe". » [Suzuki 2007, p. 364.]

Dans ce genre de société, celui qui provoque un conflit serait rejeté par la société car le conflit rompt l'harmonie qui règne dans la société. – Nous nous pencherons maintenant davantage sur les raisons qui motivent la population à être collectiviste. À lire l'étude mentionnée ci-dessus, le lecteur aura l'illusion que la population de la société individualiste est constituée d'égoïstes pour qui seuls leurs intérêts personnels comptent alors que dans le cas de la société collectiviste, les individus auront une loyauté indéfectible pour la nation, la collectivité, ou le groupe, en se sacrifiant eux-mêmes pour les intérêts collectifs. Afin d'apporter un nouvel éclairage sur ce point, nous présenterons les travaux menés par le psychologue social, Toshio Yamagishi.

Yamagishi (2013) affirme que, selon l'approche systémique, si les Japonais font passer les intérêts collectifs avant leurs intérêts personnels, ce n'est pas parce que les premiers sont considérés comme étant plus importants que les seconds, mais c'est à cause d'une contrainte sociale qui force cette population à se comporter ainsi. Selon lui, dans un monde où règne l'ordre collectiviste, les membres du groupe se surveillant mutuellement, celui qui ne respecte pas les intérêts collectifs sera exclu du groupe. De plus, ceux qui n'osent pas mettre celui-ci à l'écart seront à leur tour rejetés. Selon Yamagishi (2013, p. 19), la société japonaise fait partie d'une société collectiviste qui n'est pas régie par la dimension psychologique des gens mais par un système social.

Yamagishi a exprimé l'hypothèse selon laquelle les comportements de surveillance mutuelle des Japonais dans un contexte collectiviste devraient être atténués s'ils arrivent à créer un espace socialement « neutre ». Pour vérifier son hypothèse, il a mené une expérience qu'il a appelée « Dilemme social » (Yamagishi 1988). Il a formé un groupe de quatre personnes (des Américains et des Japonais) qui ne se connaissaient pas et qui ne se sont rencontrés ni avant, ni pendant, ni après l'expérience. Par conséquent, personne ne savait comment se comportaient les autres. Dans ce contexte social fabriqué artificiellement, il n'existe ni liens sociaux ni pression sociale. Ainsi, à chaque séquence Yamagishi a donné à chaque personne 100 yens (87 centimes d'Euros environ) en lui demandant combien il souhaiterait offrir pour son groupe. Il a expérimenté au total 12 séquences. Les résultats de cette expérience furent surprenants. Dans un tel contexte où personne ne peut contrôler les comportements des autres, le don reçu par les Japonais était moins important que celui des Américains. Alors que, lorsqu'il a instauré un système « social » artificiel où celui qui donne le moins pour le groupe doit payer une amende, la somme du don des Japonais a tout à coup augmenté drastiquement par rapport à celle des Américains. Les résultats de cette expérience ont confirmé l'hypothèse de Yamagishi : si les Japonais sont enclins à se comporter de manière collectiviste, ce n'est pas parce qu'ils trouvent les intérêts collectifs plus importants, mais parce qu'il y a une sorte de mécanisme dans la société japonaise qui incite sa population à sacrifier ses intérêts personnels au profit des intérêts collectifs. Dans cette expérience, les Japonais ne se sentent pas à l'aise ou se sentent coupables de donner peu vis-à-vis des autres membres du même groupe, alors que dans un espace neutre où aucune pression collective ne s'exerce, ils n'ont pas besoin de se soucier des réactions des autres par rapport à leurs actes et présentent un comportement individualiste.

En vivant dans une société à orientation collectiviste comme la société japonaise, les personnes se sentent contraintes de faire attention en permanence à la façon d'agir et de parler des autres membres de la même société et également d'anticiper les réactions des autres avant de parler ou d'agir. Dans une telle société, se faire remarquer, se mettre en avant ou se flatter en public sont des comportements très mal perçus ; par conséquent, les gens ne disent pas forcément ce qu'ils pensent mais ce que les autres veulent entendre. Bien entendu, s'opposer à ce qui a été dit provoquerait un conflit dans le groupe, ce qui mènerait celui qui a osé franchir le pas à la rupture du lien avec le reste du groupe.

Mao Fang et Pengfei Gao (2004) renforcent les théories défendues par les autres chercheurs en argumentant que les Japonais se soucient de leur position sociale et de l'image qu'ils donnent dans la société. Leurs comportements sont toujours tributaires de l'appréciation ou de la dépréciation d'autrui. Selon eux, les Japonais accordent beaucoup d'importance à l'harmonie dans leur société ; au lieu de prendre en considération leurs propres opinions ou le lien avec la réalité, ils préfèrent se soucier des réactions de leur interlocuteur. S'ils sont contraints de traiter de sujets délicats qui risquent de froisser l'interlocuteur, ils éludent l'affrontement et, au lieu d'entrer dans le vif du sujet, ils dévient la conversation. Autrement dit, les Japonais sont enclins à s'adapter aux différents environnements, ne voulant pas se trouver dans un contexte d'opposition, évitant ainsi les conflits.

3 Une hypothèse quant à la théorie de la société collectiviste

Plusieurs chercheurs travaillant sur les langues, cultures et sociétés des pays d'Asie extrême-orientale (Chine, Corée, Japon) s'accordent à dire que la culture « collectiviste » qui prévaut dans ces trois nations est en grande partie influencée par le confucianisme (Yun-Roger et Suzuki 2009 ; Lee-Le Neindre 2002 ; Lavis 2008).

Le confucianisme est une philosophie conçue par Confucius, né en 551 avant Jésus Christ, en Chine. Cette philosophie, ancrée aujourd'hui encore dans la culture et la pensée du peuple chinois, a traversé les frontières et les mers pour arriver en Corée et au Japon. Parmi les trois principes de la pensée philosophique confucéenne, le rationalisme, l'humanisme et le « familisme » [3], le dernier principe considère l'idée de la famille comme un prototype d'une structure sociale pour la construction d'une société idéale. Les idées directrices de ce principe sont représentées par la piété filiale (Cibot 1779), la fraternité et la loyauté. La piété filiale peut s'exprimer ainsi : tout ce que nous avons dans notre corps jusqu'au dernier cheveu est un héritage de nos parents. Il faut donc leur témoigner amour et respect et bien s'occuper d'eux, comme eux-mêmes se sont occupés de nous quand nous étions enfants. En commençant par les parents, manifester l'amour vers autrui est une pensée fondamentale de la piété filiale : « Qui aime ses parents, continua Confucius, n'oserait haïr personne ; qui les honore, n'oserait mépriser qui que ce soit » (Cibot 1779, p. 6).

Le principe de familisme est souvent appliqué dans le monde des entreprises au Japon. La sociologue japonaise Chie Nakane (1967) démontre combien les entrepreneurs japonais, notamment les entreprises de premier ordre utilisent la représentation de la structure familiale pour motiver leurs salariés. Selon Nakane (1967, p. 42f.), le système de l'emploi à vie dans la société japonaise d'après-guerre a créé une structure hermétique des employés autour du travail, qui se répand même au sein de leur famille. L'une des particularités de la gestion des entreprises japonaises depuis la restauration de Meiji (1868) est que les entrepreneurs expriment clairement leur philosophie de gestion en insistant sur le fait que la relation entre l'employeur et les employés est considérée comme celle de deux personnes, qu'elle est comparable à celle d'un couple marié, plutôt que comme une simple relation liée par un contrat de travail. De ce point de vue, les employés sont considérés comme les membres d'une grande famille appelée entreprise, la propre famille des employés entrant également dans cette structure.

Un autre principe confucéen, l'humanisme, contribue à la constitution d'un monde où règne l'harmonie entre les membres. Dans cette conception, « [...] l'homme est considéré comme partie intégrante de la nature ou de la société, ce qui affaiblit l'individu dans son moi » (Yun-Roger et Suzuki 2009, p. 140). Afin d'entretenir cette harmonie et cette quiétude au sein du groupe, chaque individu membre du groupe s'efface devant le collectif. Respecter l'harmonie entre les membres est un mot d'ordre dans une telle société : celui qui tente de la rompre en agissant différemment sera considéré comme celui qui sème un trouble dans la quiétude du groupe, et finira par en être banni.

3. Le terme de familisme est emprunté à Lee-Le Neindre (2002, p. 158).

Ainsi, la majorité des Japonais ne se sent pas à l'aise lorsqu'elle se trouve dans la situation de devoir affronter une divergence d'opinions. En effet, dans une culture collectiviste, exprimer son opinion quand celle-ci ne va pas dans le sens de celle de la majorité risquerait de provoquer un conflit au sein du groupe et de susciter des résistances, ce qui signifierait à terme sa propre exclusion du groupe. Pour cette population, l'évitement du conflit est un savoir-faire indispensable qui leur permet de vivre en paix et en harmonie avec autrui.

Le sociologue Stéphane Haefliger, quant à lui, explique que pour bien comprendre le fonctionnement des Japonais, il faut tenir compte de l'interaction existant entre les deux acteurs de la société japonaise sous le régime féodal : le seigneur (Shôgun) et les villageois. En 1868, le Japon a restauré le pouvoir (l'empereur) en dissolvant le régime militaire (Shôgnat), mais, selon le sociologue, les grandes entreprises industrielles japonaises ont gardé une organisation « militaire » au sein de leurs structures. D'ailleurs, la culture collectiviste existait déjà à l'époque féodale car c'est le shôgunat des samouraïs qui gouvernait le pays malgré l'existence de l'empereur qui n'avait qu'un rôle religieux. Un conflit au sein d'un clan, considéré comme un point de non-retour, avait souvent pour conséquence la mort de celui qui l'avait provoqué car laisser un 'traitre' au sein de ce clan signifiait l'affaiblissement de celui-ci. Quant aux paysans, ils vivaient dans un collectivisme villageois où l'harmonie était la règle absolue. Les villageois respectaient les règles parfois tacites et s'entraidaient mutuellement. Celui qui rompait cette harmonie était rejeté par les autres et devait mener une vie solitaire extrêmement difficile. [4]

Cette spécificité de la culture japonaise et sa bonne compréhension, c'est-à-dire non pas l'absence mais l'évitement du conflit et les raisons qui le sous-tendent, ainsi que le contexte où il trouve son terreau, peuvent contribuer à développer une attitude constructive et juste pour la communication interculturelle. Le renoncement au conflit, avec ce qu'il implique de non-dit et de mise en retrait de la personne en tant qu'individu, est riche d'éléments susceptibles de constituer une étude de cas pour la formation de médiateurs interculturels, aptes à identifier des valeurs partagées, à en comprendre les racines et les ressorts. La culture japonaise perd alors de son exotisme et la distance avec des cultures occidentales semble mieux franchissable.

Bibliographie

荒木晶子, 「コミュニケションの定」*in* 八代京子 *et al.* (2001), 文化コミュニケションワクブック, 京, 三修社, 179 p. [Araki, A., « Définition de la communication », *in* Yashiro A. *et al.* (2001), *Manuel de la communication interculturelle*, Tokyo, Sanshûsha, 179 p.].

Cibot, Pierre-Martial (trad.) (1779), *Livre de la piété filiale*, la Bibliothèque Paul-Emile-Boulet de l'Université du Québec à Chicoutimi, Chine ancienne, disponible sur : http ://www.chineancienne.fr/king/hiao-king-la-pi %C3 %A9t %C3 %A9-filiale-trad-p-m-cibot/

Fang, Mao et Gao, Pengfei, 中国人と日本人における言表のい : « La différence d'expressions langagières entre les Chinois et les Japonais », 新大学人文学部要, 第*16*号 *: publication périodique de la Faculté des Sciences humaines de l'Université de Niigata*, n° 16, 2004.

Haefliger, Stefan, « Comprendre les Japonais », consultable en ligne sur www.stephanehaefliger.com/campus/biblio/017/17_42.pdf (dernière consultation 10/9/2017).

Hall, Edward T. (1979), *Au-delà de la culture,* Paris, Éditions du Seuil, 233 p.

4. Il existe en japonais un terme spécifique désignant ce phénomène : 村八分 (*mura hachibu*).

Han, Seong-yeul et Ahn, Chang-yil, « Collectivism and individualism in Korea », *in* Yoon Gene et Choi Sang-Chin (éds.) (1994), *Psychology of the Korean people : Collectivism and individualism*, Seoul, Don-A Publishing & Printing Co. Ltd., 400 p.

コミサロフ美,「コンテキスト」, *in* 八代京子 *et al.* (2001), 文化コミュニケションワクブック, 京, 三修社, 179 p. [Komissarov, K. (2001). « Contexte » *in* Yashiro, A. *et al. Manuel de la communication interculturelle*, Tokyo, Sanshûsha, 179 p.].

Lavis, Alexis (2008), *Préceptes de vie de Confucius,* Paris, Presses du Châtelet, 210 p.

Lee-Le Neindre, Bouriane, « Spécificité culturelle des apprenants coréens et perspectives didactiques dans l'enseignement des langues et des cultures étrangères », *ELA*, n° 126, 2002, p. 157-167.

中根千枝 (1967), タテ社会の人 *:* 一社会の理, 京, 社新. [Nakane, Chie (1967), *Les relations humaines dans une société verticale : la logique d'une société monolingue-monoculturelle*], Tokyo, Kôdansha shinsho, 189 p.

Pribyl, Charles B. (2000), *21*世に向けて文化コミュニケション *: An Introduction to interculturel communication*, ナカニシヤ出版, 153 p.

Rist, Thomas, « Le jeu des allusions et du contexte en France et en Allemagne », *in* Breugnot Jacqueline (éd.) (2007), *Les espaces frontaliers. Laboratoires de la citoyenneté européenne*, Bern, Peter Lang, 211 p.

Suzuki, Elli (2004), *Cultures d'enseignement et cultures d'apprentissage en didactique des langues-cultures : comparaison entre le japonais langue étrangère en France et le français langue étrangère au Japon.* Thèse de doctorat nouveau régime, UFR de didactologie des langues et des cultures, Université Paris III.

Suzuki, Elli, « L'affectivité' dans les relations enseignant-étudiants », *in* Brotons Arnaud et Galan Christian (dir.) (2007), *Japon pluriel 7*, Paris, Éditions Philippe Piquier, 512 p.

Yamagishi, Toshio, « The provision of sanctioning system of United States and Japan », *Social Psychology Quarterly*, n° 51, 1988, p. 265-271.

Yamagishi, Toshio (2013), 文化コミュニケション *(Communication interculturelle)*, 文化コミュニケション学会, n° 16.

古田,「日本社会の特と文化コミュニケション」*in* 石井敏 文化コミュニケション●ハンドブック, 京, 有斐, 310 p. [Yoshida, G. (1997). « Les caractéristiques de la société japonaise et la communication interculturelle », *in* Ishii S., *Manuel de la communication interculturelle*, Tokyo, Yûhikaku, 310 p.].

Yun-Roger, Soyoung et Suzuki, Elli (2009), « La dimension affective dans les relations l'enseignant-étudiants : étude comparative entre la France, la Corée et le Japon », *Le français dans le monde – Recherches et applications*, n° 46, 2009, p. 135-145.