

Sciences sociales du Japon contemporain II : Politiques dans le Japon contemporain (JAP5BO5C /44REO7JP)

En tant qu'organisateur du séminaire et chercheurs en études japonaises, nous nous associons à l'ensemble des collègues qui connaissaient et côtoyaient Romit Dasgupta pour souligner notre tristesse après son décès prématuré en juin 2018. Romit Dasgupta était très apprécié en tant qu'enseignant et il a joué un rôle important pour la traduction en anglais des études de genre (sur la masculinité notamment) japonaises.

Ce compte-rendu a été rédigé par un-e étudiant-e de master en études japonaises (Inalco/Paris Diderot) inscrit-e au séminaire.

Romit Dasgupta: 1^{er} février 2018

Thinking about Japan through masculinities: the “salaryman” and beyond

Romit Dasgupta est chercheur à l'Université Western Australia à Perth (Australie), spécialiste de l'étude des masculinités au Japon. Depuis quelques années, il donne des cours sur l'Asie en Turquie, et effectue des recherches sur les relations Japon/Turquie.

Introduction

Romit Dasgupta présente le salaryman japonais comme un “citoyen archétypal”. Col blanc issu de la “classe moyenne” symbolisant à la fois l'employé et un “soldat au service de son entreprise” (企業戦士), la représentation du salaryman évoluera grandement pendant les années de haute croissance japonaise des années 1950 à 1980. L'image du salaryman représente la quintessence du citoyen masculin, intégré et contribuant à la société, constituant une “masculinité hégémonique”, concept proposé par la sociologue australienne Raewyn Connell (1944-).

Le concept de salaryman naît de l'influence occidentale durant l'ère Meiji dès la fin du 19^{ème} siècle. Le terme サラリーマン commence à apparaître dès les années 1920, entre la fin de l'ère Taisho et le début de l'ère Shōwa. Il aurait deux antécédents : le koshi-ben, un bureaucrate de lignée samurai d'un rang peu élevé de la fin de l'ère Edo, et le 月給取り désignant les fonctionnaires de l'ère Meiji qui commençaient à toucher un salaire mensuel régulier. Ce terme peut aussi être aujourd'hui utilisé pour désigner un salaryman.

Le salaryman d'après guerre

Cette période voit émerger deux stéréotypes japonais très marqués : le salaryman masculin d'un côté, et la *senkyō shufu*, sa femme, de l'autre, qui assume les tâches ménagères et la gestion du foyer. On assiste à une répartition très genrée de la société japonaise, où le salaryman devient le symbole de l'essor économique du Japon, remplaçant alors le soldat d'avant-guerre sous plusieurs aspects dont celui d'incarner une forme de masculinité. Cette valeur du salaryman est renforcée par la politique du PLD japonais qui gouverna le Japon pendant près de 40 années consécutives, favorisant les entreprises privées et donc leurs salariés.

Romit précise que le terme reste vague et peut également concerner des universitaires ou des femmes. Les femmes ayant un emploi régulier au Japon peuvent être également appelées salaryman. Si cela confirme l'utilisation générique de ce terme, celui-ci reste empreint de

masculinité par son suffixe “-man” et par son image, alors que dans de nombreuses entreprises persiste encore une discrimination envers les femmes, se traduisant par exemple par une réticence à les laisser occuper des postes de cadre, attribués d’office aux hommes (distinction *sôgô-shoku / ippan-shoku*).

Le salaryman à la fin des années 1990

La crise économique suivant l’effondrement de la bulle, caractérisée par une hausse du chômage, des faillites et des plans de licenciements, aurait pu laisser croire à une baisse de popularité de l’image de réussite sociale du salaryman. L’emploi à vie est en effet menacé et la génération babyboom souffre des conséquences de cette crise de plein fouet. Les idéaux du “bon salaryman” vont plutôt évoluer que disparaître. Alors que les anciennes valeurs du travail du salaryman prônaient la ténacité, l’effort et le fait de travailler dur, le consensus des décisions et les compétences dites “génériques” permettant de s’adapter à toutes sortes de situation et de changer de poste régulièrement, les nouvelles valeurs mettraient l’accent sur la responsabilité individuelle, la prise de risque et un état d’esprit entrepreneurial, prenant pour exemple le PDG Carlos Ghosn incarnant l’entrepreneur moderne néo-libéral.

Le salaryman de nos jours (post 2010)

Romit Dasgupta demande si les modèles ont vraiment changé. Il note la présence toujours d’actualité de mangas emblématiques du salaryman comme Salaryman Neo Kintaro ou Salaryman de Shigeru Yamazaki. Dans un contexte de marché de l’emploi plus difficile du début des années 2010 il y avait une certaine appétence pour le statut de salaryman. La reprise économique depuis 3 ans va peut-être changer la donne.

Enfin, Romit Dasgupta cite d’autres types de masculinité plus récentes s’écarter du stéréotype initial. Il cite ainsi le manga 「さぼリーマン甘太郎」 (noter le jeu de mot avec sabori et le kanji amai utilisé dans le nom de Kantarô), mais aussi les hommes dit “herbivores” qui présenteraient moins de traits dit “masculins”, et les “genderless” considérés comme “post-herbivores”, dont il montre un exemple concret avec l’idole Toman, jeune chanteur japonais jouant de l’ambiguïté de son apparence androgyne, entre les stéréotypes masculin et féminin.

Conclusion

Il n’y a pas une, mais plusieurs facettes de la masculinité. L’hypothèse de Romit Dasgupta est que la masculinité serait liée à l’identité nationale. Il s’interroge toutefois sur la prééminence du salaryman dans la culture et la société japonaise. Il introduit l’idée qu’il n’existerait pas une seule mais plusieurs masculinités coexistantes, sans que l’une ne ressorte plus que les autres. Ces facettes multiples peuvent amener à concevoir la masculinité comme une empreinte culturelle diverse.

Bibliographie :

DASGUPTA Romit, « Salarymen Doing Straight », dans Mc Lelland Mark et Dasgupta Romit, *Genders, Transgenders and Sexualities in Japan*, New-York, London, Routledge, 2005, p. 169-176.

Mc LELLAND Mark, DASGUPTA Romit, *Genders, Transgenders and sexualities in Japan*, London, Routledge Curzon, 2005, 218 p.