

# L'impuissance paradoxale du « soft power » de la Chine post-Mao

Par Stéphanie BALME

*Note : Cet article est issu en partie du chapitre « La Chine séduit par son soft power » de l'ouvrage de Stéphanie Balme, La Tentation de la Chine, Cavalier Bleu, 2013, pp. 203-225.*

Joseph Nye, l'inventeur du concept de *soft power* est un conférencier prisé en Chine. Dans un pays où la science politique n'existe pas en tant que discipline formellement constituée, il est piquant d'apprendre que le politologue américain y multiplie les interventions. Le professeur Nye explique pourtant qu'en Chine, la « puissance douce », qu'il définit comme « une dynamique créée par une nation par laquelle d'autres nations cherchent à l'imiter, à se rapprocher d'elle et à aligner ses intérêts en conséquence » (Nye 2004), est un échec. Ainsi conçu, le concept de *soft power* englobe et dépasse la définition wébérienne classique de la puissance selon laquelle il s'agit de « toute chance de faire triompher, au sein d'une relation sociale, sa propre volonté contre la résistance d'autrui » (Weber 1971). Depuis la fin de la guerre froide, en mobilisant des ressources plus intangibles, plus immatérielles et plus diffuses comme l'influence économique, intellectuelle et politique, la fixation de normes comportementales, juridiques ou éthiques, la séduction voire la persuasion sans usage de la force, le *soft power* est devenu consubstantiel à l'affirmation des Etats sur la scène internationale.

Compte tenu de l'opposition rhétorique récurrente et parfois radicale du gouvernement chinois à l'égard des valeurs occidentales (à l'exception notable de l'idéologie marxiste-léniniste !), une critique du concept de *soft power* aurait dû s'imposer. Or, Pékin s'est emparé très vite de ce terme, traduit littéralement en chinois par « force douce » (*ruan shili*). L'ancien secrétaire général du Parti communiste chinois (PCC) et chef de l'Etat, Hu Jintao, a fait du *soft power* le thème principal d'un de ses discours lors du congrès du PCC de 2007. De la même façon, l'administration chinoise a fait sien la notion de « diplomatie publique » (*gonggong waijiao*), qui désigne des techniques de communication officielles maîtrisées par un Etat, destinées aux étrangers et visant une meilleure compréhension des idées voire des idéaux, des politiques et des objectifs d'une nation, selon ses principaux théoriciens. En décembre 2012 a été fondée la Chinese Public Diplomacy Association (CPDA) dont l'objectif est de mieux promouvoir l'image de la Chine et sa culture dans le monde. Composée d'anciens diplomates, de fonctionnaires et d'hommes d'affaires, cette initiative présentée comme un projet émanant de la société civile admet ouvertement un déficit d'image de la Chine sur la scène internationale. Pourquoi la Chine ne fait-elle pas rêver autrement que pour ses records de croissance et ses médailles olympiques ?

Deuxième économie mondiale et puissance globale, comment expliquer que d'une part la Chine s'impose difficilement en tant que modèle et que d'autre part, la diplomatie chinoise, traditionnellement très souveraine, se soucie de ce manque d'attractivité ? Empire qui concevait les relations avec les pays frontaliers sous forme de tributs, sans consentir en retour de concessions culturelles de même valeur, la Chine a toujours pratiqué une sinisation culturelle (*zhongguo hua*) radicale en imposant son modèle civilisationnel. A l'époque contemporaine, quelle est la réalité du *soft power* chinois ?

## Le « soft power » traditionnel de la Chine

Dans le monde et singulièrement en Europe, il existe un intérêt très ancien pour la langue, la civilisation de l'Empire de Chine et l'étude systématique de ses divers univers. Cette fascination lointaine, profonde et constante, appelée dès le XVI<sup>e</sup> siècle par les pères missionnaires jésuites la « sinologie » (du latin *sinae*), exprime un *soft power* ancien. « Aucun homme renseigné ne peut ignorer l'Empire céleste », écrivait Montesquieu dans *L'Esprit des lois* en 1748. Ces lettrés férus de science étaient convaincus que les classiques chinois contenaient un message pour chaque homme. Inversement cependant, l'Empire chinois était largement indifférent aux civilisations non sinisées.

Dans l'histoire des relations de la Chine avec le reste du monde, la période située entre les guerres de l'opium (1840-1860) et la fondation de la République populaire de Chine (RPC) en 1949 marque un lent déclin du pouvoir d'attraction de la civilisation chinoise. Ce déclin s'est opéré au rythme de la déliquescence de l'Empire, d'abord comme modèle de civilisation puis en tant qu'Etat. L'attractivité planétaire représentée par le maoïsme, en particulier à l'époque de la Grande révolution culturelle prolétarienne (1966-1976), correspond à un âge d'or pour l'image de la Chine. Non sans paradoxe, alors que les violations les plus graves des droits fondamentaux de la personne étaient perpétrées en Chine quotidiennement, dans un pays plongé dans l'autarcie et le néant, la révolution maoïste, son style et ses ambitions séduisaient alors le monde entier. Le PCC ne disposait pas, comme aujourd'hui, de stratégie de propagande active à l'étranger. Cependant, en 1972, Andy Warhol représente une série de portraits sérigraphiés de Mao, sur le même mode que celui de Marilyn Monroe. De tels portraits à l'effigie d'un dirigeant chinois seraient aujourd'hui heureusement inconcevables.

L'écrivain Simon Leys, matière grise de la sinologie mondiale depuis les années 1970, a souvent expliqué pourquoi, en 1955, il s'était inscrit à la faculté pour apprendre le chinois. Le maoïsme au sein de la génération des étudiants et intellectuels occidentaux autour de Mai 68 a suscité de nombreuses vocations dans les départements parisiens d'étude chinoise (Bourseiller 1996). Beaucoup d'intellectuels occidentaux sont alors persuadés que le maoïsme représente une rupture fondamentale avec le stalinisme et ouvre une troisième voie possible, radicale, entre capitalisme et communisme. A la mort de Mao en septembre 1976, le président Valéry Giscard d'Estaing lui-même déclara qu'un « phare de l'humanité » s'était éteint. Puis ce pouvoir d'attraction de la Chine s'est transformé en scepticisme critique après les révélations du désastre humanitaire que furent les campagnes maoïstes et la Révolution culturelle et, enfin, en critique acharnée suite à la répression du mouvement étudiant de 1989. Curieusement, la « perestroïka chinoise », entamée par Deng Xiaoping dix ans plus tôt qu'en Union soviétique par Mikhaïl Gorbatchev, n'a pas suscité le même engouement politique et culturel en Occident que la Chine maoïste.

Depuis le début du XXI<sup>e</sup> siècle, la Chine promeut activement sa puissance douce à travers un réseau sophistiqué de relais culturels. Les performances économiques exceptionnelles bien qu'inégales de la Chine ainsi que les produits culturels nourrissent une véritable curiosité intellectuelle pour la Chine. Pour autant, l'influence de la culture officielle est très superficielle. Après des siècles d'influence de l'Etat-civilisation aux marges de l'Empire, la Chine serait-elle devenue, contrairement aux discours officiels, une civilisation du *hard power*, essentiellement définie par sa puissance économique et militaire (lire « Un *hard power* aux caractéristiques chinoises ? » d'Emmanuel Puig) ?

Les appels à la renaissance de la nation chinoise (*fuqing*) face aux humiliations passées ont une tonalité plus belliciste que culturelle, plus martiale qu'intellectuelle. Cette question touche au modèle politique. L'idée de *soft power* étant consubstantielle à celle de liberté, la nature autoritaire du pouvoir chinois empêcherait-il ce dernier de se doter d'un véritable *soft power* ? Si oui, quelle conséquence pourrait avoir l'incapacité de la Chine à transformer son capital économique en capital symbolique ? Dans un registre différent, l'ancrage dans sa propre tradition de la culture chinoise exportée, comme les Instituts Confucius notamment, est également en question. Comment justifier que les symboles du *soft power* chinois à l'étranger soient des figures contestées voire délégitimées en Chine même ?

En réalité, les réflexions autour du *soft power* sont un enjeu pour la Chine elle-même, à deux égards. Premièrement, compte tenu de ses nombreux défis sur le plan interne, la Chine ne semble pas désireuse d'apparaître comme un contre-modèle (le gendarme du monde) de civilisation par rapport au « Grand Ouest », concept qui englobe l'Europe, les Etats-Unis et les démocraties extra-occidentales comme le Japon. Deuxièmement, l'affirmation du *soft power* est une façon, pour une nation, de revisiter ses propres traditions, de renouer avec son passé et sa culture. Largement altérées par des décennies de propagande contre la culture classique et des vagues de destruction patrimoniale dans le sillage du développement urbain, les frontières de ce qui est communément identifié comme relevant de la « culture chinoise » sont de plus en plus difficiles à tracer dans ses terres de tradition. Paradoxalement, les frontières de la tradition chinoise sont plus facilement définies dans les territoires qui ont échappé à l'emprise du PCC (Hong Kong et Taiwan) ou au sein de la diaspora chinoise. Après des décennies d'autodestruction culturelle, la question du *soft power* renvoie à la Chine populaire l'image d'un pays perdu dans les fondements et les valeurs de son identité multimillénaire. Autrement dit, la question du *soft power* est moins un enjeu pour le monde que pour elle-même.

## Le « soft power » paradoxal de la Chine post-Mao

Une fascination naïve ou au contraire une opposition viscérale à la Chine s'est développée au fur et à mesure de son affirmation dans la globalisation. Quel que soit le point de vue, l'influence de la Chine dans le monde prend aujourd'hui la forme exactement inverse de celle qui enchantait les étudiants et les intellectuels occidentaux aux époques maoïstes. A l'admiration passée pour le style « Garde rouge » s'est substituée un engouement pour ce qui fut appelé trop rapidement le « miracle économique » des années 1980-1990, et que l'on retrouve depuis les années 2000 sous le terme de « modèle chinois ». La référence à un modèle désigne son parcours atypique par rapport aux autres pays communistes dans le monde depuis la prise du pouvoir par Deng Xiaoping en 1978. Ce parcours se caractérise par la transformation du statut du PCC de parti révolutionnaire à parti de gouvernement, un mélange subtil de pragmatisme économique, de politiques de décentralisation et de capitalisme d'Etat encadré par un parti unique allergique à toute perspective de démocratisation. A partir des années 1990, le refus de suivre la doxa des institutions économiques et financières internationales témoigne de la volonté de constituer un modèle alternatif à l'économie de marché telle que valorisée au sein des instances internationales compétentes puis dans les régimes communistes qui venaient de s'effondrer.

Du fait de ce parcours atypique, l'image de la Chine, même contestée, est aussi très puissante dans le monde extra-occidental où l'on retient le refus de Pékin de se soumettre au « consensus de Washington » élaboré par la Banque mondiale et ses choix d'investissement à l'international sans principe de conditionnalité. Toutefois, le paradoxe est que le contre-modèle supposé en vigueur, nommé « le consensus de Pékin », n'a pas été conçu par un économiste chinois mais par un expert américain, J. Kurlanski. Le modèle autoritaire de gouvernance de la RPC tend aussi à séduire non seulement une partie de l'opinion publique des pays occidentaux qui font face à une crise économique profonde, mais aussi certains groupes d'intellectuels des nations émergentes qui ont longtemps vécu sous la coupe d'une autorité idéologique ou économique comme les Etats-Unis en Amérique latine ou le Fonds monétaire international en Afrique.

La politique de non-ingérence dans les affaires intérieures d'un pays, la stratégie internationale de la Chine qui consiste à établir un rapport avant tout commercial, dit « gagnant-gagnant » (*shuang ying jumian*), entre toutes les parties contractantes, contribuent à la sinisation galopante des pratiques de business dans des régions qui sont parmi les plus dynamiques du monde. A n'en pas douter, la problématique chinoise est source de multiples débats dans la vie politique de pays qui sont devenus fortement dépendants des investissements publics décidés à Pékin.

L'attraction chinoise s'exerce aussi, évidemment, à travers le label « *Made in China* » qui fait le tour du monde en nourrissant des espoirs d'enrichissement. Contrairement aux produits labélisés « *Made in Taiwan* », « *Made in Hong Kong* », « *Made in Korea* » ou encore « *Made in Japan* » des économies des dragons asiatiques dans les décennies passées, du succès de la commercialisation des produits chinois dépend aujourd'hui la prospérité de nombreuses multinationales occidentales. Ceci tient au statut « d'assembleur du monde » (*shijie gongchang*) qui est encore celui de la Chine au sein de la globalisation. La Chine est également en passe d'imposer certaines de ses marques en constituant d'immenses cartels à partir des conglomérats d'Etat existants, des champions nationaux préparés au marché international dans pratiquement tous les secteurs industriels dans lesquels la concurrence est féroce. Les sociétés de télécom ou d'électroménagers comme Huawei, China Mobile, Lenovo, Suning, Haier, etc., développent des labels reconnus au sein des pays émergents et singulièrement en Afrique. Ceux-ci n'attendent pour se développer ailleurs dans le monde que des réseaux de distributeurs compétents. Pour l'heure, le *soft power* potentiel véhiculé par les marques chinoises, à l'exception notable de la téléphonie mobile, est largement altéré par les scandales liés à la faible qualité des produits, sans compter les innombrables affaires de contrefaçons.

### Les tactiques chinoises en matière de « soft power »

La Chine en tant qu'Etat-nation exprime aujourd'hui un désir de *soft power* qui n'a pas d'équivalent dans son histoire. Et ce, pour deux raisons essentielles. D'une part, l'Empire chinois a toujours été largement indifférent aux civilisations extérieures à l'Empire. D'autre part, sa participation au monde est orientée vers des préoccupations internes, notamment de type cohésion nationale. Dit autrement, la participation de Pékin aux événements planétaires comme les Jeux olympiques en 2008 ou

l'exposition universelle de 2010 à Shanghai sont moins des opérations d'intégration au sein de la communauté internationale qu'une façon d'afficher auprès de sa propre population les potentialités du pays et l'union de sa population autour d'un objectif national commun.

Cet objectif a été atteint : la Chine a terminé en tête du classement avec cent médailles au total (dont cinquante-et-une en or, vingt-et-une d'argent et vingt-huit de bronze) détrônant les Etats-Unis. La cérémonie d'ouverture du 8 août 2008 a également représenté la première occasion pour la Chine de se raconter elle-même face aux autres nations du monde. Le cinéaste Zhang Yimou a déclaré qu'ayant 50 minutes pour présenter 5 000 ans d'histoire en se concentrant sur les rudiments d'un manuel scolaire d'histoire de Chine, il a privilégié les clichés les plus répandus sur la culture chinoise que sont les grandes inventions, les arts martiaux, Confucius, la calligraphie, le thé, etc. Absolument parfaite sur le plan esthétique, elle a beaucoup flatté les principes du despotisme oriental, la dimension prétendument holiste de la société chinoise en mettant en scène des milliers de figurants reproduisant à l'identique, à la seconde près, une chorégraphie complexe. Le pouvoir a aussi voulu mettre en avant l'image d'un pays stable, pacifique et civilisateur qui, malgré les expéditions vers l'Afrique des explorateurs chinois du XIV<sup>e</sup> et XV<sup>e</sup> siècle, n'avait jamais colonisé aucune nation, contrairement à ce que laisse entendre les critiques occidentales concernant sa présence au Tibet.

Le cinéaste Zhang Yimou a suivi à la ligne le canevas initial très hollywoodien conçu par l'américain Steven Spielberg, qui s'était finalement retiré, au printemps 2008, pour protester contre la position de la Chine dans la guerre au Darfour. A aucun moment des cérémonies de clôture et d'ouverture des Jeux n'ont été mises en scène les multiples facettes de la culture populaire contemporaine chinoise qui sont un mélange de tradition postimpériale, socialiste et postsocialiste, mais résolument vivante. De l'aveu même de Zhang Yimou, la mise au point du spectacle a été marquée par des allers et retours incessants avec les services de propagande du parti communiste.

L'exposition universelle de 2010 à Shanghai avait pour slogan : « Une meilleure ville, une meilleure vie ». Son logo représentait le caractère « *shi* », qui signifie « le monde », calligraphié de telle manière qu'il puisse représenter trois personnes unies. La mascotte de l'exposition (*Haibao*) avait la forme du caractère qui signifie un « être humain » (*ren*). Pour l'occasion, un magnifique pavillon avait été bâti (le plus grand et le plus coûteux de tous), nommé la « couronne de l'Orient ». Imposante bâtisse de 70 m de haut, peinte de sept variantes de rouge, synthèse de classicisme architectural impérial et de modernité clinquante, inspirée des anciennes couronnes des empereurs de Chine, le bâtiment s'imposait au cœur des autres pavillons d'une manière qui a été largement critiquée, y compris par l'opinion publique chinoise éclairée. A nouveau, vu de Chine, il s'agissait pour Shanghai de renouer avec son prestige passé, d'affirmer une image entreprenante mais aussi une volonté d'affirmation politique au sein des institutions de la RPC en organisant un événement qui ferait date dans l'histoire des expositions universelles. Cet exemple conforte la part d'enjeux proprement nationaux de la question du *soft power* chinois.

### **L'image contrastée de la Chine dans le monde**

On a pu observer que la Chine pâtissait d'une certaine image négative en Occident lors de la tournée de la flamme olympique dans le monde en 2008, alors que le discours officiel cherchait à valoriser le sentiment d'appartenance à l'humanité toute entière à travers le slogan « un monde, un rêve » (*yige shijie, yige mengxiang*). Les élites chinoises avaient cependant présenté leur participation aux Jeux olympiques comme « le rêve d'un siècle ». Plusieurs années après l'exposition universelle de 2010, l'image de la Chine dans le monde reste extrêmement contrastée d'un continent à l'autre, et suscitera pour longtemps encore des débats houleux.

Les enquêtes d'opinion 2012 et 2013 réalisées par le Centre Pew sur l'image de la Chine dans le monde présentent des résultats très contrastés : dix pays sur vingt-deux (Espagne, Palestine, Ukraine, Russie, Grande-Bretagne, Liban, Egypte, Pakistan, Indonésie et Kenya) ont une image positive voire très positive de la RPC. Cette image est « très négative » dans six pays dont le Japon, la Turquie et l'Inde (bien que l'on observe dans ce dernier pays un fort pourcentage d'indécis, près de 45 %) et « seulement » négative en Allemagne, au Mexique et au Brésil. En France, le sentiment à l'égard de la Chine est également très mitigé ainsi qu'aux Etats-Unis, en Pologne ou en Lituanie, pour prendre des cas de pays très différents. On trouve dans ces pays une petite majorité de réponses positives, entre 51 % et 52 % en moyenne. Les résultats de l'enquête dépendent du rapport initial d'un

pays donné vis-à-vis des Etats-Unis, et notamment du fait que les Etats-Unis soient perçus comme des alliés ou des rivaux. Dans le continent asiatique, le sentiment vis-à-vis de la Chine est également très partagé. Dans la même proportion inverse qu'au Japon, 67 % des Indonésiens interrogés ne considèrent pas la Chine, en général, comme une menace, même si leur confiance à l'égard du gouvernement chinois est limitée (30 % environ).

L'enquête annuelle du Centre Pew permet d'observer que l'opinion à l'égard de la Chine change radicalement à partir de 2008, à l'occasion de l'organisation des Jeux olympiques certes, mais plus exactement en raison du soulèvement au Tibet et de la campagne de boycott des Jeux de Pékin qui s'en est suivie, à l'initiative d'ONG internationales dont Reporters sans frontières. Entre 2008 et 2009, on constate une chute de dix-neuf points d'opinions favorables à l'égard de la Chine en France, de douze points en Allemagne, de quinze points au Japon, de sept points en Indonésie et de cinq points au Mexique. Puis, à partir de 2010, les opinions positives se font de plus en plus nombreuses pour retrouver à peu près le niveau d'avant les Jeux olympiques. Aux Etats-Unis, 43 % des personnes avaient une image « globalement positive » de la Chine en 2005 contre 39 % en 2008 et 51 % en 2012 ; en France, la courbe suit l'évolution suivante : 58 % en 2005, 28 % en 2008 et 51 % en 2012.

Les autres pays émergents, à l'exception de la Russie, ont une image également ambivalente à l'égard de la Chine, à l'instar du Brésil (seulement 49 % en ont une perception positive) et de l'Inde (par exemple, 13 % seulement des personnes interrogées font confiance à l'ex-président Hu Jintao). En Europe, plus de 80 % des personnes interrogées redoutent la puissance militaire de la RPC alors que seulement 50 % estiment que sa croissance économique constitue une variable positive pour leur propre pays. Cinquante-trois pourcent des Américains jugent la richesse chinoise soudaine et négative pour les intérêts des Etats-Unis, contre 59 % en France et seulement 40 % environ en Espagne, au Mexique et en Russie. Cette perception évolue très rapidement depuis 2010, dans un sens plus fataliste. Les opinions admettent désormais que la Chine étant en passe de devenir la première puissance mondiale, il convient de mieux en comprendre les réalités afin de mieux l'appréhender.

### **Une diplomatie culturelle décevante malgré de fortes potentialités**

En grande partie en raison de la rigidité de son système politique, le gouvernement de la RPC recourt à un dispositif très classique en matière de diplomatie publique et culturelle. Peu d'agences culturelles du secteur réellement privé ou paraétatique travaillent en partenariat avec l'Etat chinois même si quelques premières initiatives sont à observer dans ce domaine et si, par ailleurs, la politique culturelle de la Chine à l'international est déjà calée sur une logique de marché. En 2006, la Chine ne détenait que 1,5 % du marché global des produits culturels contre 40 % pour les Etats-Unis. L'ambition officiellement affichée est d'équilibrer voire même de renverser cette tendance.

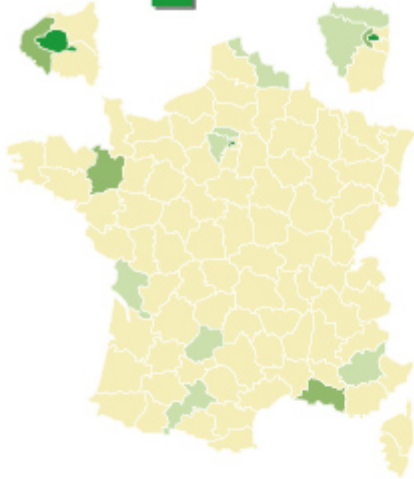
La langue est un attribut indéniable du *soft power* d'un pays. Malgré un contexte culturel favorable au développement des études de langue et civilisation chinoises, l'enseignement du mandarin (*putonghua*) en France ne s'est réellement développé, au-delà des projets pilotes ou expérimentaux, que depuis les années 2000. Ce rattrapage tardif s'avère toutefois spectaculaire. Le rapport 2011 sur l'enseignement du chinois, tel qu'il a été rendu public par l'inspecteur général de chinois, le linguiste Joël Bellassen, indique que la France compte désormais « 25 départements universitaires dispensant un enseignement long [...], soit un total de 5 000 étudiants de spécialité environ ; 150 universités, instituts et grandes écoles [qui] dispensent des cours de chinois [...]. Sans compter l'apparition des premières classes bi-langues « chinois-anglais ». En France, les trois quarts des étudiants sinisants du supérieur étudient une autre matière que la langue chinoise, ce qui est un signe de la valeur d'usage attribuée au chinois.

## Établissements scolaires proposant des cours de chinois en France

Nombre d'écoles par département :

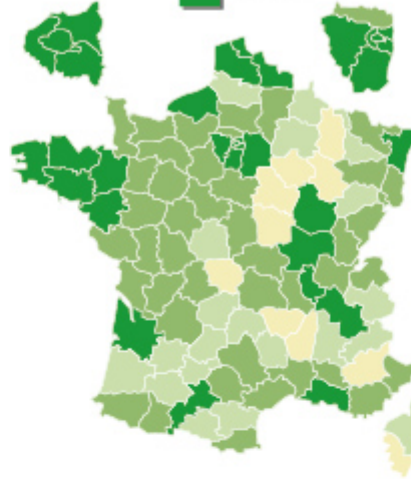
**Primaire**

1
2
5



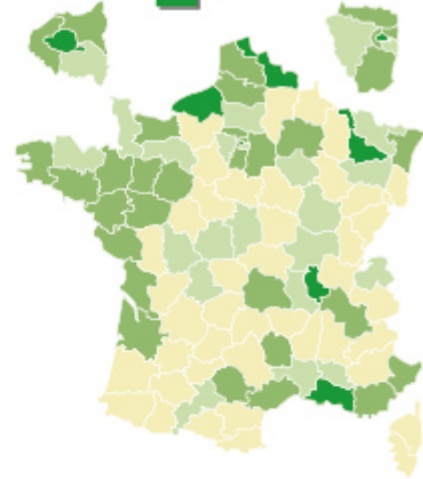
**Secondaire (total)**

1 à 2
3 à 7
8 à 48

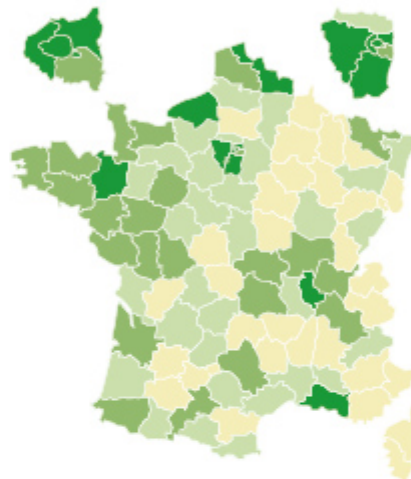


**Supérieur**

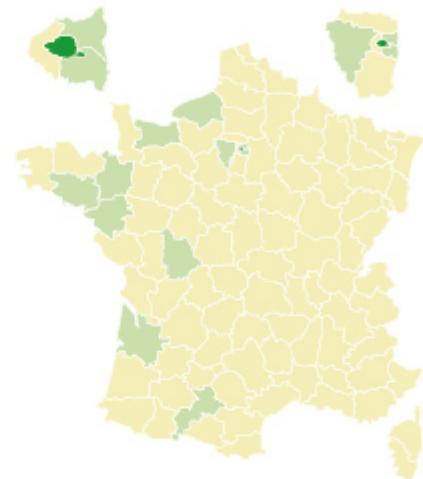
1
2 à 4
5 à 25



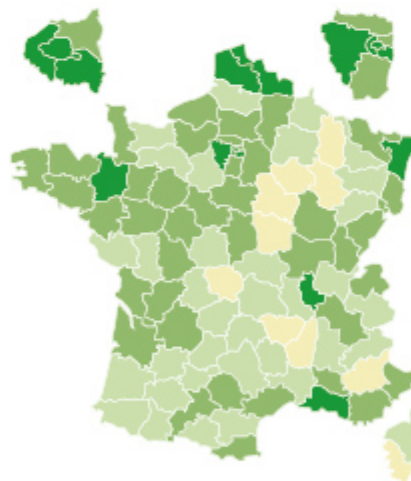
dont LV1 et /ou LV2



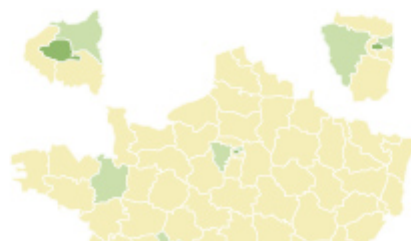
Classes préparatoires



dont LV3 et/ou initiation



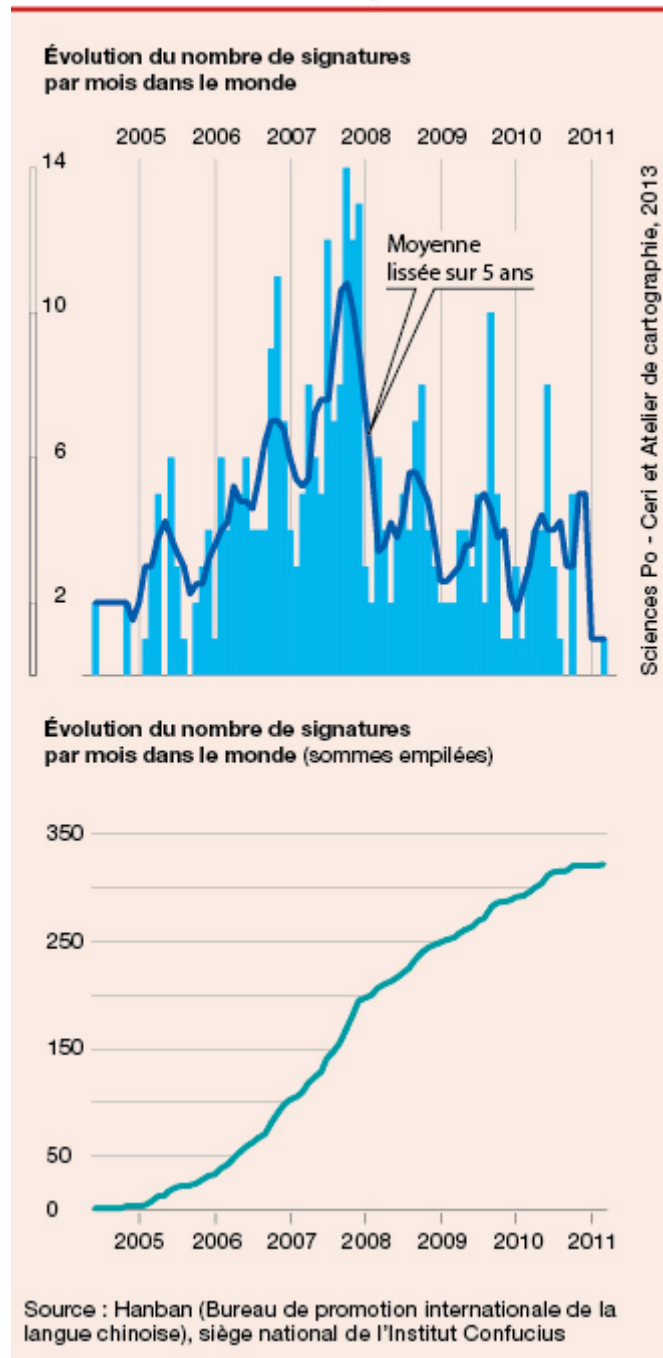
Sections internationales



Le site internet de l'Association française des professeurs de chinois propose une carte de France interactive sur laquelle figure la liste des écoles élémentaires, collèges et lycées qui délivrent un enseignement de chinois, du niveau LV1 au niveau LV3. Cette liste est remarquable au regard des possibilités d'enseignement offertes sur l'ensemble du territoire. On constate une augmentation considérable de l'offre de cours en chinois au détriment d'autres départements de langues européennes comme l'allemand, l'italien ou même le russe. Par ailleurs, le nombre d'élèves optant pour le chinois en LV1 est en constante augmentation. Notons que ce phénomène n'est pas exclusivement hexagonal. En Italie, par exemple, l'enseignement du français est aujourd'hui directement concurrencé par l'offre de cours de chinois. Au-delà des résultats statistiques, une enquête plus fine montrerait l'écart immense qui existe entre les souhaits de connaissance en chinois des élèves d'aujourd'hui et l'archaïsme au niveau du style, des sujets et des méthodes d'apprentissage du mandarin. Souvent encore enseigné comme une langue morte à partir de manuels qui s'appliquent à aborder des thèmes désuets comme les sentences de Confucius, le mandarin est généralement complété par des activités manuelles ou des cours de cuisine. Il faut beaucoup de sérieux, de passion véritable et d'engagement pour motiver adolescents et jeunes adultes qui baignent facilement dans des cultures anglo-saxonne et sud-coréenne vivantes pour poursuivre des études de chinois dans une atmosphère aussi surannée, anachronique.

Au-delà de l'offre d'apprentissage dans le contexte scolaire, l'autre grande nouveauté concerne l'apparition puis la multiplication des centres culturels chinois et des Instituts Confucius (IC) dans le monde. Organisés sur le modèle des Alliances françaises ou des Instituts français qui sont chapeautés par le ministère des Affaires étrangères, des écoles du British Council, des Instituts Cervantès espagnol ou encore des Goethe Institute allemands, les Instituts Confucius visent à « promouvoir la culture chinoise, la sinologie et les dialogues entre les civilisations ». Fonctionnant toujours en partenariat avec une université locale, les Instituts Confucius sont sous la direction du bureau de la Commission pour la diffusion de la langue chinoise ou Hanban, structure elle-même dépendante du ministère de l'Education chinois. Depuis l'inauguration de la première structure à Séoul en novembre 2004 (en réalité, un premier institut pilote avait été établi à Tachkent en Ouzbékistan), on compte en 2013 près de 400 Instituts Confucius.

## Établissement des Instituts Confucius, 2004-2011

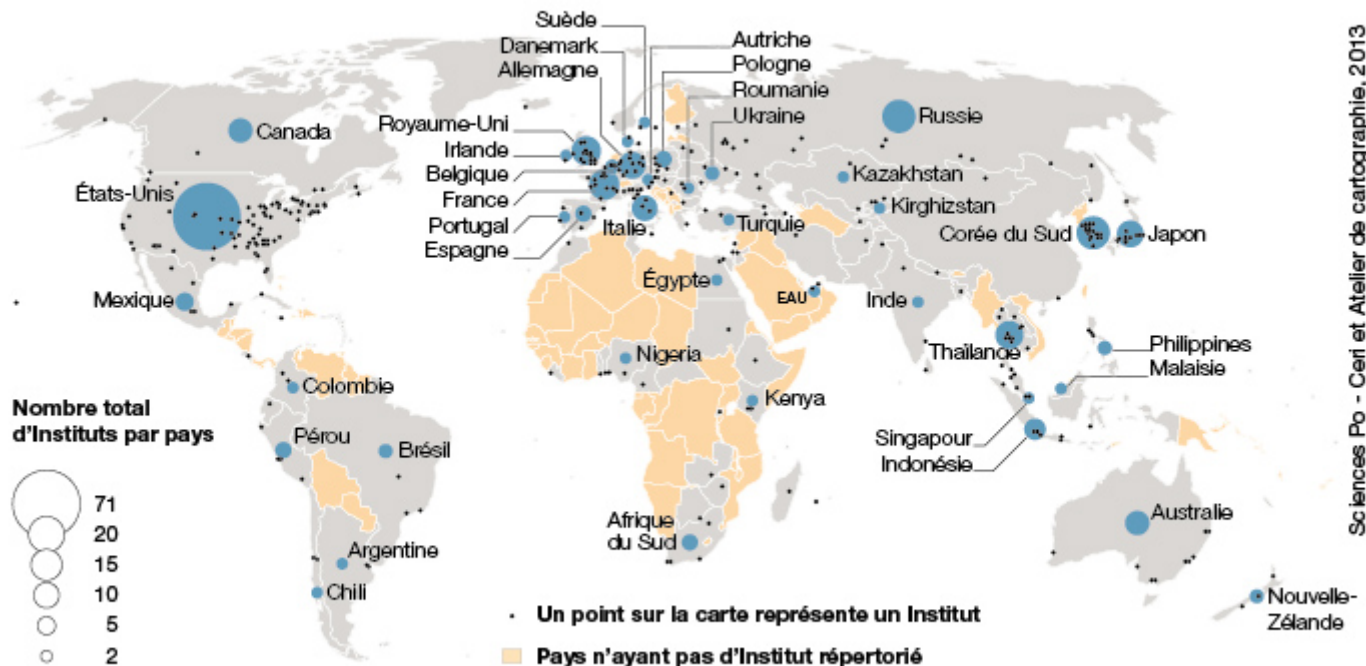


Depuis 2010, de nouveaux principes généraux inscrits dans les chartes des IC indiquent que « leurs fonctions doivent être de développer les capacités linguistiques, l'étude de textes anciens, et en particulier de développer la sinologie classique, réaliser des activités de papier découpé, proposer des cours de cuisine, d'acupuncture, d'arts martiaux, de ping-pong [...] et éventuellement de faciliter les échanges économiques ». En Europe, on comptait quarante-quatre Instituts Confucius en 2012 (essentiellement au Royaume-Uni, en Russie, en Italie et en France, avec des structures à Paris VII, Paris-Nanterre, l'Université de la Rochelle, à Strasbourg et en Bretagne). Jusqu'en 1999, aucune université américaine appartenant au prestigieux groupe de la Ivy League ne disposait d'un Institut Confucius. Les projets initiés à Stanford et Columbia avaient suscité de nombreuses réactions négatives. Par crainte d'une censure contre la liberté académique voire même d'affaires



d'espionnage, les prestigieuses universités de Melbourne et Chicago ont refusé l'établissement d'Instituts Confucius. Sur le continent africain, les IC sont concentrés en Afrique du Sud, au Kenya et au Nigéria, généralement dans les régions où les investissements chinois sont les plus prometteurs. Une étude reste à faire sur les caractéristiques des modes de gestion et de management croisés, des processus de décision et des agendas politiques qui souvent se chevauchent, entre des intérêts éducatifs d'un côté et paradiploématiques de l'autre.

## Les Instituts Confucius dans le monde, 2011



Source : Hanban (Bureau de promotion internationale de la langue chinoise), siège national de l'Institut Confucius

### Les échecs du « soft power » officiel

Accompagnant un éditorial du très officiel *China Daily* daté du 26 octobre 2012, un dessin à l'encre de Chine montrait un sage chinois penché sur son luth, fulminant de rage, à côté d'un trio déchaîné singeant l'air de Gangnam Style, cette musique du Coréen Psy qui a fait le tour de la planète et du Web chinois à l'automne 2012. Clip vidéo le plus visionné de l'histoire, Gangnam Style a provoqué un engouement sans précédent pour les produits de l'industrie high-tech sud-coréenne. Ce tube est à l'origine une caricature d'un quartier de Séoul, de bobos mondialisés déconnectés des problèmes d'une Corée plongée, comme l'Europe, en pleine récession. L'éditorialiste du *China Daily* ne s'est intéressé qu'aux retombées financières du phénomène Gangman Style, occultant l'aspect le plus important à savoir comment acquérir la capacité de séduire un jeune public en particulier et, éventuellement, de faire modèle sans s'imposer, au-delà de ses frontières. Des centaines de versions différentes de Gangnam Style se sont répandues dans le monde, y compris en Chine, soit avec le même objectif de dérision et de satire, soit sans aucun lien avec l'intention de départ. Psy a inventé sans le savoir la méthode Assimil la plus performante pour des adolescents qui ont ainsi appris à la vitesse de l'éclair leurs premiers mots de coréen. Les premiers séduits par cette culture pop sud-coréenne sont les jeunes chinois eux-mêmes.

L'une des versions parodiées du clip qui a eu le plus d'impact médiatique a été, précisément, celle réalisée par l'artiste dissident chinois, Ai Weiwei, qui s'est montré, vêtu de rose, menotté devant la caméra tantôt avec un képi de policier tantôt près d'une voiture de luxe : double référence au contrôle exercé sur les artistes chinois par la sécurité publique et aux mœurs jugés dépravés de la nomenclatura du Parti et de leurs enfants. L'influence du *soft power* coréen et japonais auprès de la

jeunesse chinoise contraste avec les accents nationalistes du discours officiel et de certains pans de l'opinion publique.

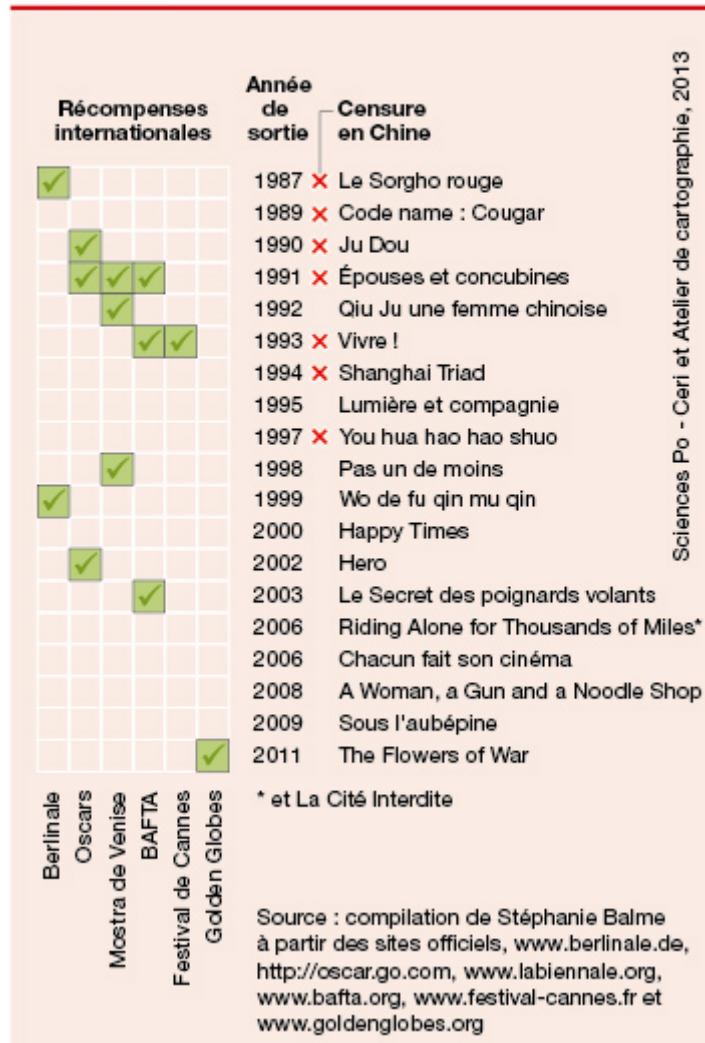
Les IC correspondent à une stratégie culturelle institutionnalisée, complémentaire de la création récente de chaînes étrangères sur le réseau officiel de CCTV (CCTV9 diffuse en de nombreuses langues dont le français et l'arabe) ou de journaux dont la ligne éditoriale semble, en apparence seulement, moins rigide que la presse officielle traditionnelle comme le *Quotidien du peuple*. Le journal *Huanqiu Shibao* ou *Global Times* en anglais est en effet entièrement accessible sur Internet. Créée en 1931 et rattachée au Conseil des affaires de l'Etat, c'est-à-dire le gouvernement central, l'agence Xinhua ou Agence Chine Nouvelle est présente dans le monde entier. Diffusant en six langues, elle est toutefois rarement citée par ses homologues autrement que pour connaître le point de vue officiel de l'actualité chinoise.

En 2012, l'écrivain Mo Yan, vice-président de la très officielle Union des écrivains chinois a obtenu le prix Nobel de littérature pour l'ensemble de son œuvre. Malgré le succès indéniable de ce premier prix Nobel de littérature dans l'histoire de la Chine (en effet, l'écrivain Gao Xingjian, prix Nobel de littérature 2000, venait d'acquérir la nationalité française), les médias officiels se lamentent souvent au sujet de ce qui serait un manque d'attractivité de la culture chinoise dans le monde, en appelant à une nouvelle stratégie de *soft power* « positive » et « rentable » pour la Chine. Dès l'annonce de sa récompense, Mo Yan a été critiqué sur les réseaux sociaux pour son allégeance au pouvoir et son statut d'écrivain officiel. Ces réalités renvoient à la tension existante entre la fabrique d'une culture officielle, d'un *soft power* jugé légitime, par opposition à une culture illégitime, le *soft power* porté par la société civile.

Sur le plan du cinéma, les réalisateurs chinois ont connu de remarquables succès des années 1980 à 2000, raflant régulièrement récompenses et prix parmi les plus prestigieux. A titre d'exemple, entre 1988 et 2005, *Le sorgho rouge* de Zhang Yimou a été récompensé de l'Ours d'or 1988 au Festival international du film de Berlin ; *L'année de mon signe* de Xiefei a obtenu l'Ours d'argent en 1990 ; *La fabricante d'huile de sésame* de Xie Fei et *Le banquet de mariage* de Ang Lee ont tous deux été couronnés de l'Ours d'or en 1993 ; en 1995, *La Rougeur* de Li Shaohong a obtenu l'Ours d'argent ; en 1996, *L'oreille du soleil* de Ho Yim l'a obtenu ainsi que Zhang Yimou pour *Mon père et ma mère* en 2000 et *Beijing Bicycle* de Wang Xiaoshuai l'année suivante ; *Le Puits blindé* de Li Yang en 2003 ; *Au sud des nuages* de Zhu Wen en 2004 et, enfin, *Le Paon* de Gu Changwei en 2005 a obtenu le Grand prix du jury du 55<sup>e</sup> Festival international du film de Berlin. Chen Kaige, l'un des chefs de file de la cinquième génération des cinéastes chinois a été récompensé de la Palme d'or 1993 au Festival de Cannes pour *Adieu ma concubine*.

Le cinéma indépendant, né en marge de la production officielle, reste lourdement censuré par les autorités malgré des phases de relâche qui permettent de légaliser, souvent à la va-vite, certaines productions. La situation fait débat parmi les cinéastes chinois qui souhaitent tourner des films au grand jour et les montrer en Chine sans être récupérés par les autorités en raison de leur succès sur la scène internationale. L'œuvre de Tian Zhuangzhuang par exemple a suscité la controverse au moment de la sortie du *Cerf-volant Bleu* et du *Voleur de chevaux*, films qui abordent les campagnes de masse sous le maoïsme et la vie quotidienne d'une famille tibétaine. Le premier, présenté au Festival de Cannes en 1993, sans l'aval des autorités chinoises, a valu au cinéaste une interdiction de filmer pendant près de dix ans. Inversement, le réalisateur Wang Shaohuai a obtenu de nombreuses nominations dont la Palme d'or lors du Festival de Cannes 2005 pour *Shanghai Dreams*, qui avait bénéficié de certains assouplissements au niveau de la censure.

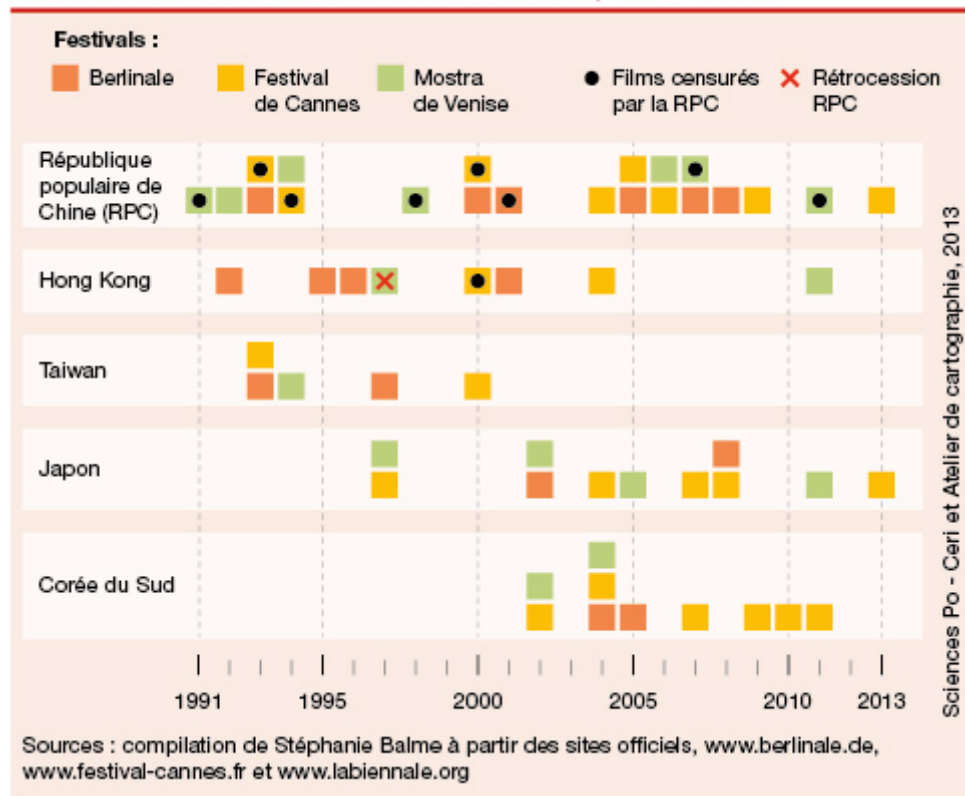
## Le soft power chinois et son cinéma : l'exemple de la filmographie de Zhang Yimou, 1987-2011



Dans la carrière cinématographique du réalisateur Zhang Yimou, désormais qualifié d'officiel, deux phases peuvent être distinguées au regard de son rayonnement international et de ses liens avec les autorités de propagande et de censure. Jusqu'en 2000, Zhang Yimou adaptait des œuvres d'écrivains chinois dont certaines ont pu être marginalisées par la censure comme les romans de Mo Yan (*Le Sorgho Rouge*), Su Tong (*Epouses et Concubines*) et Yu Hua (*Vivre*). Etaient mis en scène le poids des traditions de la Chine pré-républicaine, la tragédie de la guerre sino-japonaise, la lutte contre le parti nationaliste (Kuomintang) ainsi que la vie des petites gens dans les campagnes (*Qiu Ju, une femme chinoise*, d'après le titre français) et les petits fonctionnaires du parti au début des réformes. Pendant quinze ans, à partir du milieu des années 1980, Zhang Yimou a obtenu de nombreuses récompenses sur la scène mondiale. Depuis 2000 et son Ours d'argent à Berlin pour *The Road Home*, ce dernier a été plusieurs fois nommé (en 2003 et 2010 à Berlin notamment) mais il n'a reçu aucun prix prestigieux. En tournant moins de films critiques, en se rapprochant des autorités et en voulant rénover le style des films chinois d'arts martiaux et de chevaliers, apparu dans les années 1920 (les *wuxiapian*) avec *Hero* et *Le secret des poignards volants*, Zhang Yimou a désintéressé son public. La qualité inégale de la seconde génération de ses films, la démesure des scénarios dépourvus de point de vue de mise en scène ainsi que son discours politique conservateur sur « la grande civilisation chinoise » ont déçu spectateurs et critiques tous publics confondus.

La poésie en moins, la propagande en plus par rapport à ses chefs-d'œuvre des années 1980-1990, les films de Zhang Yimou ont ceci d'officiel que l'histoire de la Chine est racontée sur commande, sans nuance, au profit d'un cinéma commercial à grand spectacle, qui doit être fidèle « aux caractéristiques nationales » (*guoqing*) et mobiliser, comme dans les films de propagande traditionnels, des milliers et des milliers de figurants.

## L'influence du cinéma chinois en Asie, 1991-2013



En 2011, hasard du calendrier de la programmation cinématographique, le film officiel sur Confucius et la production américaine *Avatar* ont été diffusés en même temps. La population s'est précipitée dans les salles pour voir le film d'aventure de James Cameron en 3D, décidant les services des ministères de la Propagande, de la Culture et de l'Enseignement à distribuer des billets gratuits pour favoriser la production locale et inciter les spectateurs chinois à aller voir l'histoire revisitée du grand sage. La presse officielle a déploré le manque d'intérêt et d'implication de la jeunesse urbaine gâtée (« les post-80 et post-90 ») pour sa propre culture. « La Chine peut-elle avoir un *soft power* et faire rêver le monde si sa jeunesse elle-même n'est pas convaincue de ses produits culturels ? », questionne en substance la presse officielle. Les réseaux sociaux et la presse étrangère ont vu, à l'inverse, le signe de l'émancipation des jeunes chinois face à un film confondant d'absurdité et de contrevérités.

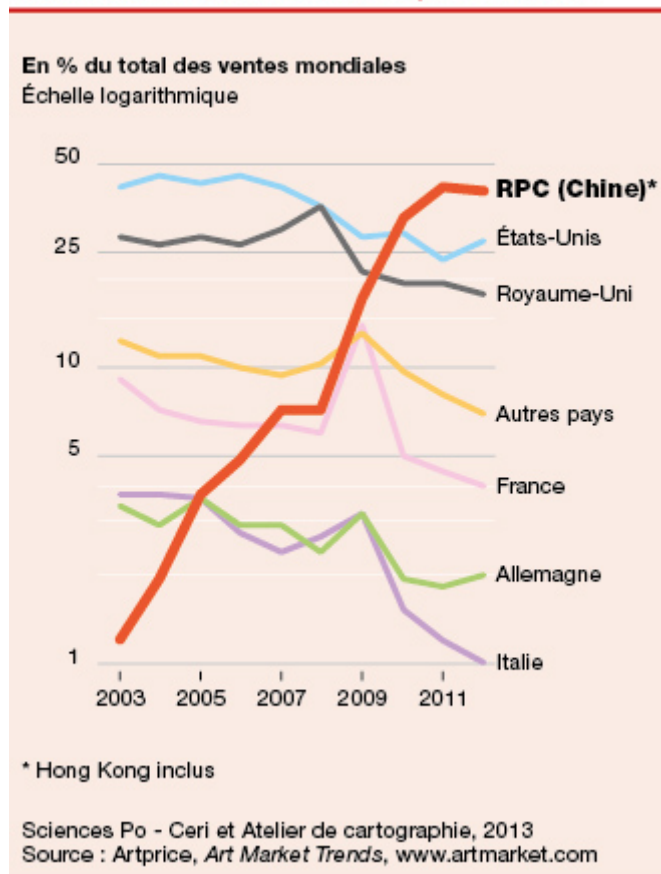
Cette anecdote illustre bien le fait que la question du *soft power* constitue d'abord un enjeu pour la Chine. La parole non officielle sur l'actualité est censurée voire interdite, celle sur le passé récent est subversive, enfin, celle sur le passé lointain s'est figée dans « l'idée d'une grandeur immémoriale », qui n'est que « le rêve d'une société devenue étrangère à son passé », explique Jean-François Billeter (2000). En 2011, un intellectuel du parti, M. Zhang Musheng a déclaré que la Chine devait « changer sa vision de la culture et de l'histoire ». En tournée en Chine pour une série de conférences sur le *soft power*, Joseph Nye avait, à juste titre, donné ce conseil à ses interlocuteurs chinois : « La meilleure propagande est l'absence de propagande. »

## Les succès de la scène underground voire dissidente

Au regard de la vitalité du monde de l'édition, de la musique et de l'art, la partie la plus intéressante car la plus vibrante de la culture chinoise contemporaine ne peut pas être portée ni par la culture officielle « légitime » ni *a fortiori* par une politique culturelle officielle. En vérité, la plupart des artistes évoluent dans une zone intermédiaire, naviguant entre les deux rives. Sans trop de cynisme, on peut constater que le soupçon de censure par les services de propagande à tendance à favoriser la côte financière d'une œuvre. Un autre *soft power* souterrain, caché, parfois radicalement dissident, propose un regard alternatif et critique sur la puissance chinoise.

Le marché de l'art contemporain chinois est devenu le principal acteur du marché mondial. Les maisons de ventes chinoises s'imposent sur le podium des dix meilleures maisons de ventes au monde. Dans le classement 2012 d'art contemporain, Zhang Xiaogang occupe la quatrième place derrière Jeff Koons, Damien Hirst et Richard Prince. Le prix des œuvres s'envole : Zeng Fangzhi et Zhang Xiaogang ont vendu, en 2011, leurs tableaux à des prix qui dépassent celui des tableaux de Picasso. Christie's Hong Kong a annoncé que sa semaine de ventes de l'automne 2012 a rapporté 2,6 milliards de dollars hongkongais, soit 256,86 millions d'euros (selon Art Media Agency). Lors de la vacation consacrée à la peinture chinoise, le tableau « Magpies on a Willow Branch » de Xu Beihong (1895-1953) a dominé la vente en s'envolant pour 2,2 millions d'euros.

## Poids de la Chine dans les ventes publiques de Fine Art dans le monde, 2003-2012



Pékin possède depuis 2002 son quartier d'art contemporain, parfois subversif et frondeur : l'espace 798 (Dashanzi), au nord-est de Pékin, une ancienne usine d'Etat qui accueille des centaines de galeries et d'ateliers et où les loyers, malgré des menaces d'expropriation régulières, sont devenus inabornables. Les artistes Huang Rui et Bérénice Angrémy notamment se sont battus pour sauver le lieu des bulldozers en 2004 et 2005. Le marché chinois de l'art n'est plus limité aux seuls amateurs occidentaux. L'artiste Zhang Huan, qui alterne provocation au régime et happening d'inspiration fluxus, dispose à Shanghai d'une immense usine désaffectée. L'artiste Yue Minjun, dont les toiles connues de personnages aux sourires pleins de dents ont été exposées à Paris à l'automne 2012, vend ses toiles à plus de cinq millions d'euros (Lincot 2010).

Malgré ou peut-être en raison des critiques adressées à l'artiste, les performances d'Ai Weiwei interpellent fortement l'opinion publique internationale. L'artiste saisit lorsqu'il détruit devant les caméras un vase chinois antique, tagué à la peinture rouge « Coca Cola » sur une jarre Ming ou réalise à Munich « Remembering », une installation de 9 000 petits sacs à dos en hommage aux élèves victimes de l'effondrement de leurs écoles lors du tremblement de terre au Sichuan en 2008, en raison du non-respect des normes sismiques par des cadres locaux corrompus. Arrêté le 3 avril 2011 pour « fraude fiscale », puis tenu au secret, l'artiste a été libéré sous caution deux mois plus tard en demeurant interdit de sortie du territoire et assigné à résidence. Son exposition au Jeu de paume à Paris en février 2012 a connu un immense succès, de même que le documentaire « Ai Weiwei never sorry » que la journaliste américaine Alison Klayman lui a consacré. Lors de la Biennale de Venise 2013, l'artiste a reproduit dans les moindres détails les scènes de vie quotidiennes de sa détention deux ans auparavant. Personnage picaresque, futé et ambitieux, adossé à une véritable entreprise, Ai Weiwei fait de son combat radical avec Pékin un *happening*, une œuvre artistique en soi. L'image du pouvoir chinois qu'il renvoie est détestable mais celle de la Chine est dynamique, universelle.

A en croire certaines critiques, la scène artistique chinoise semble maintenant s'essouffler, victime d'un succès commercial aussi démesuré que rapide. Emmanuel Lincot estime que « contrairement aux idées reçues, l'empire du Milieu innove et se réinvente, [...] le pop art de Warhol a été transformé en nouveau pop art culturel ». Bérénice Angrémy, cofondatrice de l'espace 798, confirme, à juste titre, que beaucoup de réalisations peuvent être conçues mais qu'il faut s'efforcer de « montrer le meilleur » et non toujours le plus vendeur.

## Conclusion

La Chine n'a jamais été une puissance conquérante au sens européen. Sa civilisation n'a pas été animée du désir de puissance comme les fondateurs des Etats modernes occidentaux, nés dans le creuset de l'Europe médiévale. A l'époque de l'Empire chinois, l'assimilation des cultures périphériques s'imposait grâce à l'influence du mandat du ciel. Sa puissance n'était pas le fruit de sa volonté mais d'une évidence quasi « naturelle ». Aujourd'hui, que nous dit la civilisation vivante la plus ancienne du monde ?

Jusqu'à présent, la Chine est « trois fois muette », soutient le sinologue Jean-François Billeter car elle « ne parle ni de son présent, ni de son histoire récente, ni de son passé pris dans sa totalité ». Très américanisée en apparence, la Chine reste plus influencée par le *soft power* de l'Occident que l'inverse. « La Chine est de plus en plus présente dans le monde, poursuit-il, mais elle est en même temps comme absente. Nous n'entendons pas sa voix ». Selon lui, « certaines choses ne sont pas dites [...] parce qu'elles ne sont pas conçues – ni en Chine, ni ailleurs » (Billeter 2000). Loin de contester l'ordre du monde, la Chine veut avant tout s'y conformer. Pour l'heure, la culture chinoise n'est pas en mesure de former une arme géopolitique ou même diplomatique.

La Chine ne pourra pas disposer de *soft power* attractif durable tant qu'elle voudra l'imposer, d'une part, et tant qu'elle n'aura pas fait ce travail nécessaire d'introspection historique d'autre part. Comment la RPC peut-elle baser sa diplomatie culturelle sur des instituts dont le symbole, Confucius, fait si peu consensus au sein de la société, du parti ? Il n'est qu'à voir l'émotion suscitée par la statue de Confucius placée devant le musée d'histoire nationale inauguré en 2011, puis retirée à la suite d'une campagne de protestations véhémentes de la part d'internautes qui s'étaient scandalisés de voir le vieux sage intronisé protecteur du patrimoine culturel de la Chine socialiste. Confucius n'apparaît pas plus sur les billets de banque qu'en première page des manuels d'histoire scolaires. Personne n'imaginerait voir son portrait grandeur nature sur la façade de la Cité interdite devant le

monument des héros de la Révolution, les martyrs fondateurs du parti, la jeunesse sacrifiée du 4 mai 1919. C'est là l'un des signes les plus marquants de l'impuissance paradoxale du *soft power* chinois.

## Références

- BALME S. (2013) *La Tentation de la Chine*, Paris, Cavalier Bleu.
- BILLETTER J. F. (2000) *La Chine trois fois muette : essai sur l'histoire contemporaine suivi de Bref essai sur l'histoire chinoise d'après Spinoza*, Paris, Editions Allia.
- BOURSEILLER C. (1996) *Les Maoïstes. La folle histoire des gardes rouges français*, Paris, Plon.
- LINCOT E. (2010) *Peinture et pouvoir en Chine (1979-2009) : une histoire culturelle*, Paris, You Feng.
- NYE J. S. (2004) *Soft Power: The Means to Success in World Politics*, New York, Public Affairs.
- WEBER M. (1971) *Economie et société*, Paris, Plon.

Le soft power est devenu consubstantiel à l'affirmation des Etats depuis la fin de la guerre froide, et singulièrement depuis l'émergence de nations non occidentales au sein de la globalisation économique. Compte tenu de l'opposition récurrente et souvent radicale des autorités chinoises à l'égard des concepts politiques occidentaux, une critique de la notion de soft power aurait dû s'imposer. Or Pékin s'en est emparé très vite et depuis le début du XXIe siècle, promeut activement sa « puissance douce » à travers un réseau sophistiqué de relais culturels. Comment expliquer que la diplomatie de la République populaire de Chine, habituellement très souveraine se soucie de son manque d'attractivité ? L'influence de la culture officielle chinoise reste très superficielle par rapport au soft power underground, voire parfois radicalement dissident, qui pose un regard critique sur la société chinoise. Les symboles du soft power chinois (notamment Confucius) à l'étranger sont des figures largement contestées dans le pays. L'idée de soft power étant consubstantielle à celle de liberté, la nature autoritaire du pouvoir chinois empêcherait-il ce dernier de se doter d'une véritable « puissance douce » ? Après des décennies d'auto-destruction culturelle, la question renvoie à la Chine l'image d'un pays perdu dans les fondements de sa propre identité. Autrement dit, le soft power est avant tout un enjeu pour la Chine, avant d'en être un pour le reste du monde.

---

**Source**      **URL:** <http://ceriscope.sciences-po.fr/puissance/content/part4/l-impuissance-du-soft-power-chinois>