

La stratégie d'influence extérieure de la Chine¹

SOMMAIRE

Introduction	2
Partie I : Du maoïsme affiché au néoconfucianisme masqué	3
Chapitre 1 : La sinisation du <i>soft power</i> ou la définition d'une stratégie d'influence culturelle.....	3
Chapitre 2 : Histoire de la montée en puissance de la stratégie chinoise	4
Chapitre 3: Le 19 ^{ème} Congrès du PCC, sa stratégie de communication et sa couverture médiatique selon les médias français, anglais et chinois	6
Partie II : Outils et moyens d'influence de la Chine dans les sociétés civiles étrangères	10
Chapitre.1 : Diasporas, triades et étudiants.....	10
Chapitre.2 La communication à travers les médias chinois et la public diplomacy	13
Chapitre. 3 Chine : influence au travers des sociétés civiles et acteurs de la promotion culturelle.....	16
Partie III : Influence interétatique et organismes internationaux	22
Chapitre.1 : Organismes internationaux	22
Chapitre.2 : Une attitude timorée face à l'Occident	24
Chapitre.3 : L'illusion d'une relation « Win-Win » Chine-Afrique & Chine-Amérique latine	25
Conclusion	29

¹ Marion Adnet, Lucas Atton, Pierre Breton, Pierre Alexandre Clayet, Florie Helcmanocki, Jérôme Janin, Nicolas Quintin, Romulus Wagner.

Introduction

Lors du 19^{ème} congrès du parti communiste chinois en octobre 2017, Xi Jiping a affirmé sa propre puissance sur les organes politiques et a réaffirmé la volonté de faire reconnaître la Chine comme une grande puissance mondiale, autrement que comme une puissance économique incontestée. Rappelons qu'après 1961, à l'occasion de la conclusion du 22^{ème} congrès du Parti Communiste d'Union Soviétique (PCUS), Nikita Khrouchtchev a réaffirmé la prééminence de l'Union Soviétique sur les pays communistes. Il a pointé du doigt les velléités indépendantistes de la Chine maoïste, les considérant comme inacceptables. La rupture totale entre les deux pays s'acte de fait en 1962 après l'échec soviétique à Cuba. La Chine, qui déjà dénonçait l'impérialisme soviétique, ne souhaite plus se soumettre à un Empire faible. Cette rupture a encouragé la Chine à tracer son propre chemin et à mettre en place une stratégie d'influence qui lui est propre, sans concertation avec l'URSS. Après la mort de Mao Zedong en 1976 les relations entre la Chine et l'URSS vont s'apaiser sans que la Chine se réaligne sur la politique d'influence du grand frère soviétique. L'autonomie d'action est affirmée. En réalité, la consécration décomplexée actuelle repose sur une politique subtile de *soft power* qui prône un « monde harmonieux » et puise ses fondements dans la promotion de la culture chinoise plusieurs fois millénaire.

Ce rapport entre la Chine récente et sa culture est intéressante puisqu'elle est passée d'un rejet violent à une réappropriation pour mieux servir les ambitions du Parti Communiste Chinois. Celui-ci sait qu'il ne peut rester en dehors du « concert des nations » s'il veut continuer à la fois à résister à l'Occident libéral dont la pensée domine les relations internationales, et à proposer une pensée alternative, notamment aux pays en développement. Or, l'influence d'un État dépend de sa culture et de la lecture et des sentiments qu'elle suscite. Il serait alors intéressant de voir comment la Chine tente de contrôler et d'influencer son image à l'international au sein des sociétés civiles étrangères mais aussi au sein des relations internationales et économiques. Cette approche « masquée », qui doit nécessairement agir dans l'ombre, rencontre une certaine résistance des vecteurs d'influence que sont les médias étrangers ou la diaspora chinoise par exemple. En effet l'Occident condamne l'autoritarisme du Parti Communiste Chinois ce qui biaise de manière négative la lecture de l'actualité et de la culture chinoise. De plus au sein de la société civile chinoise, et notamment au sein de la diaspora, la culture « officielle » prônée par le Parti ne suscite pas forcément l'adhésion et certains groupes proposent une autre vision de cette culture, à l'instar du mouvement Falun Gong. Ainsi nous pouvons nous demander quels sont les leviers mis en place par la Chine dans le cadre de sa stratégie d'influence culturelle extérieure pour affirmer sa volonté de puissance depuis les années 60 ?

Partie I : Du maoïsme affiché au néoconfucianisme masqué

Chapitre 1 : La sinisation du *soft power* ou la définition d'une stratégie d'influence culturelle

Dans les années 1990, Joseph Nye a créé le concept de *soft power*, c'est-à-dire la capacité d'une nation à persuader et à séduire pour ainsi dire provoquer des comportements favorables et qui passe donc par la conquête des territoires mentaux². Ce concept a fortement impressionné les intellectuels chinois. La Chine souhaite elle aussi affirmer sa puissance autrement que par le "*hard power*" ou la démonstration de force mais accuse un retard conséquent dans ce domaine. C'est pourquoi les chinois étudient avec une grande attention les raisons de la réussite du *soft power* américain pour comprendre leurs propres échecs et tenter d'y remédier. C'est notamment le cas d'Huang Su qui analyse en 1991 la puissance des Etats-Unis. Plus que le pouvoir rendu visible par le Produit Intérieur Brut (PIB), le commerce, les investissements extérieurs, et autres indicateurs économiques, elle décrit un pouvoir invisible des Etats-Unis sur les autres pays. Ce pouvoir invisible passe par la solidarité ethnique, l'influence culturelle, la capacité de maîtrise des organisations internationales, le contrôle de l'information mais aussi par l'intégration de compagnies américaines dans les économies d'autres pays par exemple. L'autre levier de la puissance américaine mis en valeur par cette académicienne est la politique d'immigration américaine. En effet « *les Américains ont des origines issues de presque tous les pays sur terre. Par conséquent les Etats-Unis possèdent une relation étroite avec toutes ces régions. C'est un avantage pour ce pays pour exercer un pouvoir invisible sur tous ces pays* ».

Le PC comprend donc tôt qu'il faut entretenir le lien entre la Chine et ses diasporas ou bien plutôt l'instrumentaliser pour en faire un vecteur d'influence culturelle. Pour analyser la stratégie d'influence culturelle extérieure chinoise il faut donc comprendre la notion de *soft power* et l'appropriation qu'en ont faits les intellectuels et les hommes politiques chinois. Le *soft power* repose sur trois ressources, la culture, les valeurs politiques et la politique étrangère. Or bien plus que d'analyser et de copier le *soft power* américain, les élites chinoises élaborent leur propre concept de "soft power à la chinoise". Différentes écoles de pensée apparaissent, notamment « l'école culturelle » ou « école de Shanghai », qui s'est rapidement imposée comme l'école dominante sur le sujet. Selon cette école « *le soft power se compose d'idées et de principes, d'institutions et de mesures politiques qui opèrent à l'intérieur de la culture d'une nation et qui ne peuvent en être séparés* ³ ». Ainsi, la culture constitue le principal ressort du *soft power* puisqu'elle englobe les deux autres (politique étrangère et valeurs politiques intérieures). Pour les tenants de l'école culturelle c'est l'histoire ancienne et la culture traditionnelle qui constituent les principaux éléments du *soft power* culturel chinois. Cette importance de la culture permet d'expliquer pourquoi ce n'est pas le ministère des affaires étrangères qui s'est emparé en premier de la mise en place de cette stratégie mais le ministère de la culture. En décembre 2002, lors du 16^{ème} Congrès national du PCC, est officialisé un système de réformes dans le domaine culturel ayant pour objectif avoué de mettre en avant la culture chinoise. Le but stratégique est évidemment de servir les intérêts de la nation. C'est un grand tournant dans l'histoire du PCC. Cette stratégie tranche en effet avec la politique de Mao qui avait lancé la "grande révolution culturelle prolétarienne" en 1966. L'objectif était de lutter contre les "quatre vieilles" ce qui a entraîné des décennies de propagande contre la culture classique et des vagues de destruction patrimoniale. Cette

² JOSEPH NYE, « Soft Power », *Foreign Policy*, n° 80, Autumn 1990, p. 153-171

³ Yu Xintian, citée dans Glaser & Murphy, 2009, p. 13

stratégie de “*soft power est (donc) une façon, pour une nation, de revisiter ses propres traditions, de renouer avec son passé et sa culture*”. Cependant cette culture traditionnelle chinoise, perçue aujourd’hui comme le ferment de l’unité du peuple, n’est pas issue d’un travail d’historien objectif mais d’une instrumentalisation du Département de la Propagande. On comprend donc que l’enjeu premier du gouvernement chinois n’est pas de faire découvrir la culture chinoise au monde mais de rappeler aux chinois ce qu’ils sont.

Il sera donc intéressant d’étudier la manière dont le gouvernement chinois fait découvrir la culture traditionnelle officielle aux nationaux répartis dans les sociétés civiles des autres pays. Cinq ans plus tard, la Chine peut officialiser la stratégie de *soft power* du pays lors du 17^{ème} Congrès du PCC. Cependant bien que le PCC ait redéfini “la matière première” de son *soft power* (la culture chinoise officielle), la Chine continue d’avoir une image défavorable sur la scène internationale. Or, l’influence d’un État dépend de sa culture et des images qui en émanent et des sentiments qu’elles suscitent. Le gouvernement chinois a donc défini une stratégie d’influence culturelle chinoise extérieure pour modifier cette image. Dans notre propos nous tenons à différencier le concept de stratégie d’influence culturelle de la diplomatie culturelle qui n’est que l’un des leviers de cette stratégie. En effet si ces deux concepts s’adressent au même public et utilisent les mêmes outils, qui ne relèvent pas uniquement des moyens de la diplomatie au sens strict du terme, ils n’en sont pas moins différents. La diplomatie culturelle vise à faire connaître sa culture aux autres pays pour mieux se comprendre, valoriser son image et aplanir les différends que la diplomatie « classique » ne parvient pas à résoudre. La stratégie d’influence culturelle extérieure va donc plus loin qu’une reconnaissance mutuelle des cultures visant l’harmonie. Elle cherche en plus à influencer dans son sens les actions des autres.

Pour comprendre cet aboutissement intellectuellement du parti il nous faut revenir sur l’Histoire du pays. Comme nous le verrons l’apparition d’une stratégie chinoise au service de sa volonté de puissance est intrinsèquement liée à l’évolution idéologique du PC. Au maoïsme affirmé, fusse contre le grand frère soviétique, la Chine préfère un néoconfucianisme prônant l’harmonie au profit d’un *soft power* sinisé (*ranguoli*), extrêmement insidieux.

Chapitre 2 : Histoire de la montée en puissance de la stratégie chinoise⁴

De l’indépendance stratégique vis-à-vis de l’URSS au drame du 4 juin 1989, le passage douloureux du maoïsme au communisme de marché⁵

Historiquement, depuis 1949, le modèle maoïste se distingue du modèle soviétique sur un plan idéologique et social même si l’entente demeure jusqu’au début des années 1960. Si la base du maoïsme s’ancre dans la classe paysanne, contrairement à la base soviétique qui est ouvrière, cela n’occulte pas l’objectif de résistance à l’Occident libéral. La rupture sino-soviétique apparaît réellement au début des années 60, précisément quand cette optique de résistance semble de moins en moins affirmée par une URSS en mutation. Dès 1961, au 22^{ème} congrès du PCUS, Nikita Khrouchtchev égratigne les relations avec une Chine maoïste, pro-indépendance nationale, qui se détache de plus en plus du grand frère soviétique. En 1962, le recul de l’URSS à Cuba apporte à la Chine la certitude que l’Union Soviétique, déjà perçue comme impérialiste, n’est plus un exemple à suivre. Les relations sont rompues.

⁴ Cabestan (Jean-Pierre) *La politique internationale de la Chine : Entre intégration et volonté de puissance*

⁵ Thierry Wolton, *Une Histoire mondiale du communisme*, tome 1, *Les Bourreaux*, tome 2, *Les Victimes*, Paris, Grasset, 2015.

Il faut attendre 1976, et la mort du grand timonier, pour que les relations sino-soviétiques se radoucissent. La Chine communiste est alors dans une situation idéologique difficile. Le parti comprend que le maoïsme ne survivra pas à la disparition de son incarnation mais ne souhaite pas non plus redevenir un satellite soviétique. Comme pour l'URSS post-1953 (mort de Staline) et la politique de déstalinisation entamée par Khrouchtchev, la Chine change brutalement de logiciel. Elle renie la révolution culturelle et emprisonne la bande des quatre. Quand en 1978 Deng Xiaoping arrive au pouvoir, il décide d'installer la stratégie de puissance chinoise dans la lignée d'un monde libéral qu'il ne s'agit plus de contrer frontalement comme le faisait l'URSS. Il faut s'intégrer dans la logique libérale, suivre le fil de l'eau pour se donner les moyens d'affirmer sa puissance. Le Communisme de marché de Deng passe par des réformes économiques libérales zélées. Cette liberté de l'échange est perçue par le peuple comme annonciatrice de nouvelles libertés, sociales cette fois-ci. Ce bouillonnement socio-économique aboutit au drame du 4 juin 1989 et au massacre de Tiananmen. L'image de la Chine est dégradée et la stratégie de puissance doit nécessairement être repensée à l'aulne de cette défaite idéologique du régime.

La stratégie néo-confucéenne du profil bas au service de la volonté de puissance chinoise

Si l'erreur stratégique de 1989 a été préjudiciable en interne elle l'a également été sur le plan international. D'une part l'image d'ouverture affichée depuis plus de 20 ans par la Chine se trouve durablement salie, d'autre part l'alter ego soviétique est dans un état de décrépitude avancée. Deng comprend que la stratégie doit évoluer. Malgré sa place à l'ONU, la Chine se retrouve isolée à cause du massacre de Tiananmen. Le mouvement démocratique à l'origine des manifestations est analysé comme la conséquence du rapprochement avec l'Occident depuis 1978. Le gouvernement de Deng fait donc le choix d'une diplomatie de défense. Le *taoguang yanghui* (fuir la lumière, rechercher l'obscurité) est le mot d'ordre de la politique du « profil bas ». On affiche une volonté de pacification avec des concepts « d'indépendance et de paix ». Cette politique connaît quelques succès et incite le parti à entrer dans une politique à double visage⁶. On reprend des concepts philosophiques chinois ancestraux tirés du confucianisme comme le *tianxia* (littéralement « ce qui est sous le ciel » ou harmonie) qui se traduit par la promotion d'une politique de multipolarisation, le *duojihua*.

L'objectif affiché par ce néoconfucianisme stratégique est de mettre en place une société mondiale harmonieuse. Or le véritable objectif est de contrer l'hégémonisme américain, de paraître inoffensif aux yeux de l'Europe et des ennemis historique (Japon, Inde) et enfin de s'afficher comme providentiel pour les pays en développement. En pratique cela se traduit par une évolution de la stratégie. Entre 1995 et 2002, Jiang Zemin fait le choix d'une « stratégie de grand pays » tout en conservant le « profil bas ». La Chine contribue aux affaires mondiales en tentant de favoriser une multipolarité qui ne masque pas pour autant sa volonté de puissance régionale. Cette stratégie menée par la Chine porte ses fruits dans plusieurs domaines. Les relations avec la Russie et la France sont bonnes. Elle signe des accords stratégiques avec les États-Unis pour montrer que la politique chinoise n'est pas anti-américaine. Également, dans le jeu à somme nulle de l'interdépendance, la Chine devient force de proposition internationale et décide de participer au *shuangying* (gagnant-gagnant, ou *win win*) toujours avec l'idée de multipolarisation du monde. Le pays est en effet de plus

⁶ Quelques succès diplomatiques au début des années 1990 tels que la maîtrise du statut de Taïwan, la reconnaissance par les États continuateurs de l'URSS (reconnaissance mutuelle) qui entraîne des accords sur le tracé des frontières chinoises et la fin des relations conflictuelles avec la Russie et un début de relations amicales (visite de Eltsine à Pékin, contrats de vente d'armes).

en plus dépendant énergétiquement et se tourne vers les pays du Tiers Monde exportateurs d'hydrocarbures.

Le *ranguoli* ou *soft power* chinois comme nouvel outil stratégique au service de la volonté de puissance chinoise

Au début des années 2000 la stratégie du profil bas devient intenable tant la Chine devient puissante. On assiste ainsi en mai 2004 à la consécration du concept confucéen d'harmonie (*tianxia*) et du concept américain de *soft power*. La stratégie consiste à prôner et participer à l'intérêt général pour une recherche masquée d'un intérêt particulier, celui de la Chine néo-confucéenne et nationaliste. C'est donc une politique de pacification et de développement tout azimut qui est mise en place. Or cette politique s'accompagne évidemment d'une stratégie de puissance subtile et insidieuse d'infiltration des sociétés civiles étrangères via le *soft power*. Lors du 17^{ème} Congrès du Parti Communiste de 2007 l'accent est mis sur l'attraction culturelle, éducative et économique de la Chine dans l'Asie confucéenne (Corée, Vietnam, Taïwan, Japon). Egalement le *soft power* chinois (*ranguoli* : équilibre du *yin* et du *yang*) est développé. Il passe par la promotion de l'apprentissage du Chinois à l'étranger, les 256 instituts Confucius et 58 classes Confucius en 2015 (objectif du millier pour 2020) ou encore les Jeux Olympiques de Pékin et l'aide aux pays en développement. Ce *soft power* est un concept plus large que la définition de Nye qui inclut aussi le chantage économique dont la Chine est capable vis-à-vis de ses rivaux.

D'un point de vue institutionnel, les centres de décisions au service de cette stratégie sont principalement concentrés dans le PC et à Pékin. Les grandes orientations sont décidées par les membres du comité permanent du Bureau Politique (BP). Elles sont ensuite approuvées, ou non, par le congrès du Parti. Ces dernières sont appliquées par la Commission Militaire Centrale (CMC). En revanche, si une crise grave a lieu c'est le BP qui tranche. Le rôle joué par le numéro 1 du parti est fondamental. Depuis 1993 il cumule les fonctions de Secrétaire Général du PC, de Président de la République et Président de la CMC. Les groupes dirigeants sont les nœuds d'élaboration et d'approbation des décisions et relèvent du Comité Central. Ensuite, le département de liaisons internationales du PC, est chargé des relations avec plus de 400 partis politiques étrangers dans 140 pays, ONG, et de dossiers (Corée du nord, conflit israélo-palestinien). Les organes de propagande extérieure, eux, diffusent la propagande à l'étranger et se ramifient au niveau local, participant activement du *soft power*. Les collectivités territoriales enfin ont vu leur influence grandir de manière inégale en fonction de leur poids économique et géostratégique. Les provinces et villes chinoises de la taille d'un pays européen ont mis en place une sorte de para-diplomatie tolérée voire encouragée⁷ qui participent du *soft power* chinois à une échelle souvent insoupçonnée.

Chapitre 3 : Le 19^{ème} Congrès du PCC, sa stratégie de communication et sa couverture médiatique selon les médias français, anglais et chinois⁸

Rôle du 19^{ème} congrès du PCC ?

Le XIX^e congrès du Parti communiste chinois (PCC), qui s'est ouvert à Pékin, mercredi 18 octobre, pour une semaine au Palais du peuple, place Tiananmen, en plein cœur de la capitale, est le grand rendez-vous de la vie politique du pays. Il a pour mission de renouveler les

⁷ Exemple : exposition universelle de Shanghai en 2010. Le Gouvernement d'Urumqi poussé à nouer des liens avec l'Asie centrale limitrophe. A l'inverse, le Tibet est quasi-asphyxié dans ses relations extérieures.

⁸ cf. annexe « Revue de presse du 19^{ème} PCC du 18 au 25 octobre 2017

instances dirigeantes du parti unique qui gouverne la Chine, en l'occurrence le comité central du parti (205 membres), puis son nouveau bureau politique (25 membres) et son comité permanent (7 membres). 2 287 délégués ont été sélectionnés pour assister au congrès, ils sont élus par des structures provinciales et municipales et représentent les 89 millions de membres du PCC.

Cette année, de nombreux sièges étaient à pourvoir en raison de départs à la retraite ou des purges récentes au motif de la corruption, adultères ou autres périls mortels de ce genre :

- 5 sur 7 au comité permanent.
- 12 sur 25 au bureau politique.
- 5 sur 11 à la commission militaire centrale.
- Sans compter de nombreux sièges du comité central.

Le bilan de Xi Jinping avant sa réélection selon les relais dans les médias, toute source confondue ?

Sur les chiffres, tous les relais dans les médias sont unanimes :

- Plus de 1,3 million de fonctionnaires punis pour corruption.
- Des visites officielles dans 56 pays.
- Plusieurs lois controversées pour assurer la sécurité nationale.
- Deux nouvelles banques multilatérales.
- Et un gigantesque plan Marshall à la chinoise - les nouvelles Routes de la soie afin de symboliser le grand retour de la Chine sur la scène internationale.

Cinq ans après son arrivée au pouvoir fin 2012, la révolution du président chinois Xi Jinping est totale !

Le dirigeant de 64 ans, qui s'est succédé à lui-même pour un nouveau mandat de cinq ans lors du 19^{ème} Congrès du Parti communiste chinois (PCC), a imprimé sa marque partout. Aucun champ d'action n'a échappé à son pouvoir hypercentralisé, personnel et autoritaire :

- Secrétaire général du PCC.
- Chef de l'Etat.
- Chef des armées.
- Président d'une ribambelle de groupes dirigeants et de nouvelles commissions.

Le numéro 1 chinois cumule une bonne partie des postes vitaux. Il s'est emparé de l'économie, domaine pourtant traditionnellement réservé au Premier ministre. Reprenant d'une main de fer le Parti et la société civile, il a dessiné simultanément les contours d'une mondialisation à la chinoise, s'imposant de fait comme le premier diplomate du pays. Lors de son premier mandat, plusieurs tabous sont tombés.

En construisant à Djibouti sa première base militaire à l'étranger, inaugurée officiellement en août 2017, Xi Jinping a montré que la Chine ne souhaitait plus rester en retrait dans la marche du monde.

Enfin, en laissant se développer un quasi-culte de la personnalité, l'actuel maître de la Chine a également rompu avec le principe de collégialité, pourtant imposé par Deng Xiaoping à la fin de la Révolution culturelle (1966-1976) pour éviter qu'un autre leader, comme Mao Zedong, ne tire à nouveau toutes les ficelles

Composition retenue, le résultat de tractations internes acharnées et d'affrontement entre clans :

China's new leaders

■ Continuing standing committee member

■ New standing committee member



Xi Jinping



Li Keqiang



Li Zhanshu



Wang Yang



Wang Huning



Zhao Leji



Han Zheng

Source: Getty

BBC

C'est bien sûr la composition du comité permanent, annoncé lors du premier plénum du nouveau congrès, le lendemain de sa clôture, le 25 octobre, qui importait le plus.

Dans son étude des quatre congrès précédents, la sinologue américaine Alice Miller avait relevé la prévalence de trois règles pour la sélection des futurs membres du comité permanent :

- La limite d'âge (68 ans pour les entrants).
- Le passage préalable par le bureau politique, sauf éventuellement pour les deux successeurs désignés du président et du premier ministre.
- Et, enfin, l'ancienneté.

Xi Jinping avait remis en question le duo d'hommes politiques, appartenant à la sixième génération, programmé pour lui succéder ainsi qu'au premier ministre :

- L'un d'entre eux, Sun Zhengcai, ex-secrétaire du parti de Chongqing et plus jeune membre du bureau politique, a été arrêté pour corruption et expulsé du parti quelques semaines avant le lancement du 19ème congrès.
- Le second, Hu Chunhua, secrétaire du parti du Guangdong, était quant à lui toujours en lice.

Tout indiquait en outre, que Xi Jinping ferait monter sa faction, connue sous le nom d'« armée du Zhijiang », dans les provinces et les grandes institutions.

Le couronnement de Xi Jinping : une victoire « écrasante » et le nouveau Mao ?

Lors de ce 19e Congrès, le nom de Xi Jinping est entré dans la charte du PCC, qui va donc être amendée comme autorisé par le PCC. Cette mention est loin d'être anecdotique. Sur les huit dirigeants qui ont conduit la Chine depuis la victoire des communistes en 1949, seuls deux avaient eu droit à cet honneur : Mao Zedong (1949-1976) et Deng Xiaoping (1978-1992).

Partie II : Outils et moyens d'influence de la Chine dans les sociétés civiles étrangères⁹

Chapitre.1 : Diasporas, triades et étudiants

L'objectif principal du PCC est la "re-sinisation" des membres de la communauté chinoise d'outre-mer qui n'ont pas la nationalité chinoise dans le but d'augmenter l'influence culturelle du pays.

La Chine exporte sa culture via ses touristes et ses étrangers

En 2007, lors de son discours d'ouverture pour la 17ème rencontre du PCC, l'ex Président Hu Jintao a appelé l'Etat chinois à développer la culture chinoise et donc le *soft power* à l'étranger. Li Changchun, a déclaré en 2006 que la Chine devrait avoir pour but d'établir des instituts d'échanges culturels et de réduire par la même occasion les déficits d'effectif dans ces échanges. De plus, ce système est en phase avec le développement des réseaux sociaux, marchands et avec les instituts culturels chinois qui s'inscrivent dans la philosophie du « going out » chinois le « zouchuqu » qui pousse les jeunes chinois à partir à l'étranger. Le flux croissant d'étudiants et de touristes chinois à destination de l'étranger reflète ainsi la bonne conduite de cette politique liée l'augmentation du niveau de vie en Chine. C'est également une preuve de l'insertion réussie de la Chine dans la mondialisation.

Depuis 2012, le tourisme chinois est en plein essor. Aujourd'hui, il dénombre plus de 121 millions de visiteurs chaque année et rapporte 275 millions d'euros aux pays de séjours (étude 2017 d'Alliance). De par la proximité géographique mais aussi de par le coût et du nombre encore limité de jours de congé, la majorité se rend dans les autres pays d'Asie. Cependant, les voyages organisés à destination des États-Unis et de l'Europe se sont multipliés ces dernières années et devraient connaître une forte croissance à l'avenir. Toutefois de nombreux incidents ont terni l'image de la Chine à l'étranger.

C'est pour cela qu'en février 2015 les autorités ont diffusé un manuel des bonnes manières, rappelant que chaque citoyen chinois à l'étranger est le garant de l'image du pays. Ce manuel a pour objectif de diffuser une image positive de la Chine. Le gouvernement a pris la décision de constituer une liste noire de ses ressortissants aux manières incorrectes suites à de nombreux événements qui mettent à mal la réputation internationale de la république populaire de Chine. En 2013, un ressortissant chinois avait créé un véritable scandale en écrivant son nom sur une ancienne sculpture égyptienne. Tous les individus qui manqueront à l'éthique et aux coutumes à l'étranger seront fichés dans une base de données accessible aux services des douanes, aux services de polices et même aux institutions bancaires.

La Chine est le premier "exportateur" d'étudiants à l'étranger du monde

Les chinois ne sortent pas du pays seulement pour faire du tourisme, la Chine est devenue le premier exportateur d'étudiants à l'étranger. En 2013, ils étaient 1,27 millions inscrits dans des universités (1er pays exportateur au monde) hors de Chine, selon le ministère de l'Éducation chinois. Ils représentaient pratiquement 25% du total de tous les étudiants qui suivent leur cursus dans un autre pays. Parmi leurs destinations de prédilections, on note sans surprise les pays anglo-saxons qui sont connus pour la qualité de leur enseignement supérieur

⁹ Cabestan (Jean-Pierre) *La politique internationale de la Chine : Entre intégration et volonté de puissance.*

et où l'on parle anglais, la langue du commerce international. Cette volonté d'aller puiser des connaissances ailleurs n'est pas nouvelle : le gouvernement chinois met en place une politique de financement de cursus d'études supérieures à l'étranger dès les années 80. Toutefois, on note une nouvelle tendance aujourd'hui : ce financement n'est plus unique. Avec l'enrichissement du pays, de plus en plus de familles réussissent à envoyer leurs enfants étudier à l'étranger grâce à leur épargne personnelle ou à la solidarité familiale très forte. Un autre phénomène semble émerger en parallèle : de plus en plus de chinois font le choix de rentrer dans leur pays d'origine après l'obtention de leur diplôme. Cela est lié à une politique volontariste de l'Etat lié à l'amélioration des conditions de travail et la hausse des salaires en Chine.



Unesco, The Economist, Juillet 2015

L'ensemble des leaders chinois utilisent également la diplomatie culturelle afin de développer les interactions entre les dirigeants étrangers et la Chine. Par le fait de réceptionner des étudiants étrangers, la Chine souhaite démontrer sa capacité à innover, sa volonté de défendre son modèle économique (en opposition au modèle occidental), sa politique intérieure... La Chine semble avoir appris des efforts de promotion révolutionnaires de Mao.

Les diasporas et ses mafias au cœur du dispositif d'influence culturelle chinoise

Le gouvernement chinois a toujours utilisé sa diaspora de manière habile pour augmenter sa propre influence. Dans ce cadre le Parti Communiste Chinois (PCC) travaille activement à développer des relations avec les chinois à l'étranger ou en outre-mer pour influencer, faire pression et, si nécessaire, contourner les politiques des gouvernements étrangers et promouvoir les intérêts du PCC. Ce dernier encourage massivement ses ressortissants et les locaux d'origine chinoise à participer activement à la vie politique des pays hôtes. Si cela ne leur est pas possible, le gouvernement de Xi Jinping encourage alors les chinois expatriés à faire des dons aux politiciens et/ou partis politiques locaux avec lesquels le PCC a des liens. Le

but de ces dons est d'attirer leur sympathie afin de favoriser les intérêts chinois. Le gouvernement chinois lui-même effectue des dons aux associations d'expatriés ou de locaux d'origine chinoise.

Cela permet à la Chine de créer un tissu associatif resserré et de favoriser les entreprises qui lui sont acquises. Ces contreparties financières permettent notamment de mettre à la tête de ces entreprises et de ces associations des partisans du parti. La Chine encourage fortement ses ressortissants ou les locaux d'origine chinoise à monter les échelons d'entreprises importantes étrangères pour faire valoir les intérêts chinois et promouvoir de manière soft la vision managériale et culturelle chinoise.

La Chine utilise son corps diplomatique avec une volonté double, multipliant les rôles des agents diplomatiques dans les agences gouvernementales chinoises. Les membres du Parti Communiste Chinois travaillent souvent sous couverture diplomatique en tant que membre du ministère des Affaires étrangères, utilisant ce rôle pour guider les activités idéologiques du parti en dehors de la Chine. Ils travaillent ainsi avec des politiciens ou d'autres personnalités, des associations communautaires chinoises et des associations étudiantes dans le but de promouvoir la langue, les médias et les activités culturelles chinoises.

Ces doubles rôles ont permis de créer des liens étroits entre la diaspora chinoise et la Chine. D'autant que la Chine surveille tout particulièrement les activités des communautés chinoises comme les groupes communautaires, les politiciens d'origine chinoise ainsi que les écoles et médias en langue chinoise. Les leaders des diverses associations chinoises d'outre-mer liées à la Chine sont régulièrement invités en Chine pour une mise à jour idéologique et les tenir au courant des politiques gouvernementales actuelles. Leur coopération avec la Chine leur est vendue comme une situation « gagnant-gagnant » dans le cadre de laquelle eux et leur communauté réalisent leurs objectifs au même rythme que l'agenda chinois dans le pays.

En 2014, le contre-espionnage canadien estimait que la Chine avait au moins 200 000 agents à l'étranger. Des communautés et associations chinoises supportent de manière cachée la mafia chinoise qui agit dans les domaines du jeu illégal, trafic d'humain, extorsion et du blanchiment d'argent. D'après un rapport du contre-espionnage canadien de 1997, ces organisations ont aussi d'importants liens avec les services de renseignement chinois. Ces derniers utilisent la triade notamment pour des activités d'influences, et potentiellement accéder à de l'information stratégique et à de la technologie de manière illégale. Selon un rapport publié en 1997 par RCMP-CSIS et intitulé "Services de renseignements chinois et liens de financement des triades au Canada", les investisseurs chinois liés à des intérêts politiques et criminels pourraient dissimuler leur identité étrangère en achetant une entreprise étrangère pour acheter une identité locale, et ensuite investir dans d'autres entreprises, en tant qu'investisseur local plutôt qu'international.

Quelques triades chinoises internationales sont présentes en France : la 14K, la Sun Yee On et le Cartel Wo (également appelé Wo Shing Wo). Ces organisations criminelles s'adonnent au racket contre protection. Lorsque ces organisations rencontrent un commerçant (ou un restaurateur ; la majorité des restaurateurs hébergent de nombreux clandestins en transit) réticent, le processus est toujours le même : enlèvement et demande de rançon aux familles. Après paiement de la rançon, le kidnappé refait surface sans même que la police ne soit au courant de l'affaire. A Paris, les triades étaient très présentes dans le 13ème arrondissement. Mais les habitants et commerçant ont fini, petit à petit, par appeler la police plus régulièrement pour lutter. Dernièrement, les triades sont actives dans le quartier de Belleville, nouvel Eldorado du crime organisé.

Les étrangers au service des intérêts de la Chine

En 2013, lors de la conférence nationale sur la propagande du PCC et le travail de réflexion, Xi Jinping a utilisé un dicton bien connu de Mao Zedong: « Faire que le passé serve le présent, faire en sorte que l'étranger serve la Chine». Le but du PCC est de coopter les étrangers pour soutenir et promouvoir les objectifs de la politique étrangère de la Chine.

Ci-après différents éléments mis en avant par la Chine afin de construire un réseau mondial de partenaires stratégiques :

- Renforcer les liens de parti à parti.
- Construire un réseau mondial de partenaires stratégiques.
- Désigner des étrangers ayant accès au pouvoir politique pour occuper des postes importants dans des entreprises chinoises ou des entités financées par la Chine dans le pays hôte.
- Utiliser les relations sœurs de la ville pour élargir le programme économique de la Chine, séparément de la politique étrangère d'une nation donnée. L'association du peuple chinois pour l'amitié avec les pays étrangers, gérée par le PCC, est responsable de cette activité.
- L'utilisation de fusions, d'acquisitions et de partenariats avec des entreprises étrangères, des universités et des centres de recherche afin d'acquérir des identités locales qui renforcent les activités d'influence ; et potentiellement, l'accès à la technologie militaire, aux secrets commerciaux et à d'autres informations stratégiques.
- Encourager des universitaires, des entrepreneurs et des politiciens étrangers à promouvoir la Chine dans les médias et le [milieu universitaire](#).

Chapitre.2 La communication à travers les médias chinois et la public diplomacy

Depuis les années 80-90 les chinois étudient avec une grande attention les raisons de la réussite du soft power chinois pour comprendre leurs propres échecs et tenter d'y remédier. Dès 1947 le parti communiste chinois comprend l'importance du rôle de la propagande dans la diplomatie. La Chine développe alors le concept de « journalisme constructif » qui ne consiste pas à critiquer le gouvernement, mais à l'aider à faire passer son message. Cette conception de la presse est d'ailleurs très appréciée par de nombreux gouvernements autoritaires d'Afrique qui permet de concilier développement et contrôle de l'opinion. Cette volonté de ne pas se contenter de s'adresser aux lecteurs sinophones et d'améliorer l'image de la Chine et de sa culture dans le monde s'accélère avec la rupture sino-russe en 1960 et s'est renforcée aujourd'hui pour soutenir sa volonté de soft power. Le PCC crée donc des médias (journaux et radios) en plusieurs langues diffusant les positions officielles chinoises et les exemples de réussites. Ainsi en 1947 est créée l'agence de presse Xinhua (Chine Nouvelle) qui diffuse en 6 langues. Un outil d'autant plus crucial quand un ancien ministre de l'information du gouvernement chinois analysait que « plus de 80 % des nouvelles internationales sont fournies par les agences de presse des pays avancés » et qu'il est donc « indispensable pour la Chine de s'expliquer afin de contrer l'image fournie par les médias de ces pays ». Cependant c'est un échec relatif car elle est rarement citée par ses homologues autrement que pour connaître le point de vue officiel de l'actualité chinoise. En 1981 sous l'impulsion de Deng Xiaoping le PCC fonde le très officiel China Daily, premier quotidien en anglais destiné tant aux résidents étrangers en Chine qu'à ceux qui s'intéressent à la Chine dans le reste du monde et dont la diffusion est très restreinte. En 2009 pour soutenir le soft power le PCC veut développer une image de pluralisme médiatique et crée une version

anglaise du Global Times, un tabloïd qui n'hésite pas à susciter la controverse en adoptant des positions nationalistes, sans aller à l'encontre de la politique du gouvernement. Dès 2010 China Global Television créé CCTV News qui diffuse des informations 24 heures sur 24 et qui reprend les codes des médias occidentaux. Xi Jinping a rappelé en 2016 cette nécessité de créer de « grand médias dotés d'une influence internationale » capables de « bien raconter la China Story ».

L'autre moyen d'influencer l'opinion publique à l'étranger consiste à fournir des informations gratuitement, ou à un très bas coût. Les médias africains et d'Amérique latine, souvent très pauvres, diffusent ainsi les nouvelles de l'agence Xinhua, tant sur les questions internationales que sur la Chine.

Malgré les moyens techniques et financiers colossaux mis en place, ces médias souffrent d'un manque de crédibilité à l'international du fait de leur absence d'indépendance par rapport au PCC.

Si les grandes puissances s'efforcent d'utiliser la promotion de leur culture dans les pays étrangers pour façonner des soft power qui font leur promotion, l'essentiel de la réussite passe cependant par les actions de la société civile plus que des gouvernements. Or on constate que l'implication de la société civile chinoise n'est pas suffisante. Il faut donc mobiliser cette population chinoise vivant en Chine mais aussi les Chinois vivant à l'étranger. En effet suite à l'analyse du soft power américain le gouvernement chinois a compris que les communautés émigrées sont un important vecteur d'influence auprès des gouvernements des pays dans lesquels elles sont installées. Les médias deviennent donc des outils pour créer de l'unité culturelle au sein de la communauté chinoise au sens large pour devenir ce vecteur d'influence. Cependant les médias chinois officiels peinent à capter l'audience des Chinois d'outre-mer. En effet le paysage médiatique chinois est relativement complexe avec les médias historiques dissidents pro-taiwanais, les médias d'opinions politiques issus des exilés politiques favorables à la démocratie, comme ceux issus du mouvement Falun Gong et les médias de la Chine du Parti Communiste (ou qui lui sont favorables), qui prennent une part croissante dans le paysage.

On comprend donc que les médias d'outre-mer en chinois est un terrain d'affrontement important entre le Parti Communiste Chinois et les forces d'opposition. Le parti a alors développé une stratégie pour influencer les médias chinois d'outre-mer déjà existants ayant une audience d'émigrés et pour créer de nouveaux médias liés au parti mais reprenant les codes de ces médias. Le principal maillon faible d'un média étant l'aspect financier, c'est par là que le PCC les a attaqués. En effet cette presse étant plus détenue par des hommes d'affaires et moins par des hommes politiques, beaucoup ont accepté de modérer leurs propos, voire de devenir pro-chinois, en échange d'aides financières. Ces aides allant parfois même jusqu'à faire disparaître le besoin de rentabilité de ces journaux, introduisant une concurrence telle aux autres médias que beaucoup ont fini par disparaître. L'autre moyen est de faire pression par le biais de la publicité.

En effet seuls les journaux s'abstenant de critiquer et n'abordant pas les thèmes sensibles (Tibet, Taïwan, Tiananmen) peuvent obtenir les publicités des entreprises liées à la République Populaire de Chine et donc se financer. C'est pour cela que beaucoup de Chinois ne disposent plus que d'une version en ligne. Dans le même temps, la Chine crée de nouveaux médias qui évinceront les journaux qui refusent de se soumettre. Ainsi aujourd'hui on peut considérer que l'influence du PCC est désormais dominante dans les journaux chinois et contribue largement à forger l'opinion des émigrés, notamment des immigrés récents. Cette influence est telle que les médias locaux (exemple Le Monde, Marianne) reprennent parfois des

positions de journaux prochinois (par exemple sur la question du mouvement Falun Gong qui reste est considérée comme une secte dans la conscience collective française) et ont peu de contacts avec les médias considérés comme « dissidents » par Pékin.

De plus historiquement les médias chinois d'outre-mer ont un rôle dans la diffusion de la culture chinoise (resserrer les liens de la communauté, apaiser la nostalgie des immigrés) et se révèlent donc un vecteur naturel dans la promotion de la culture chinoise. Le gouvernement chinois s'est alors fixé comme objectif d'unifier la vision de ces médias pour correspondre à la culture traditionnelle chinoise promue par le parti communiste, les médias et notamment dits « dissidents » en ayant une autre présentation. En effet la propagande du Parti Communiste Chinois a revisité la culture traditionnelle (les médias doivent « bien raconter la China Story » selon Xi Jinping, février 2016), un changement de cap après des décennies d'autodestruction culturelle (propagande contre la culture classique et vagues de destruction patrimoniale). Pour s'assurer de cette uniformisation la Chine dispose de programmes pour faire venir les journalistes chinois d'outre-mer en Chine pour les former (en tout ou partie), afin qu'ils « deviennent des conteurs de vraies histoires chinoises ». Le gouvernement chinois a également mis en place un forum parrainé par le média China News Service depuis les années 2000 pour rappeler aux journalistes ds médias d'outre-mer de présenter la Chine sous un angle positif afin de « contribuer à la relation amicale entre la Chine et l'Europe » (rédacteur en chef de CNS). Bien conscients du déclin de la presse écrite, les responsables de la propagande du PCC ont, depuis quelques années, mis l'accent sur le développement de la télévision en chinois destinée aux émigrés. On peut citer la CCTV-4 (China Central Television), une sorte de synthèse des chaînes de télévisions chinoises avec moins d'accent propagandistes et qui multiplie les documentaires consacrés à la culture traditionnelle. Le parti communiste a également créé une chaîne de télévision « privée », Phoenix TV, (dont l'un des plus importants actionnaires est l'entreprise d'État China Mobile) à Hong Kong et qui aborde plus de sujets tabous.

Ainsi même si la volonté d'influencer la vision de la culture chinoise des pays tiers est fortement affichée, on se rend compte aux vues des moyens mis en place pour maîtriser les médias chinois que la question du soft power et de la culture est moins un enjeu pour le monde que pour elle-même.

La communication et la public diplomacy qui visent à conquérir les citoyens du monde entier à travers le développement de médias chinois à diffusion internationale. L'objectif est le renforcement du poids médiatique et diplomatique de Pékin sur la scène internationale. Cette stratégie a aussi recours à des « vitrines » comme les Jeux Olympiques de 2008 ou l'Exposition Universelle de Shanghai pour montrer une image positive de la Chine au monde entier. L'exposition universelle a attiré 73 millions de visiteurs avec un total de 250 pays et organisation internationales participantes. Pour autant, dans cette exposition, uniquement 4,8% étaient des visiteurs étrangers ce qui prouve que ce type d'évènement 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.

Le sport est aujourd'hui un vecteur de promotion de la Chine à l'international. En effet, après avoir organisé les JO 2008 à Pékin et les Mondiaux d'athlétisme en 2015, la Chine accueillera les Mondiaux de basket en 2019 et les JO d'hiver en 2022. Cela révèle pragmatiquement une réelle volonté de présence soutenue et constante sur les médias internationaux, comme un acteur incontournable du top niveau mondial des pays leaders dans le sport.

Surtout, la Chine souhaite obtenir l'organisation de la Coupe du monde de football en 2030. Le président de la République populaire, Xi Jinping, a fait du développement du football une priorité nationale et lui a réservé une place de choix dans son « Rêve chinois », un slogan qu'il ne cesse de mettre en avant.

Ce sport est en effet un moyen à la fois de mobiliser le pays (une occasion de faire vibrer la corde nationaliste) et de générer des ressources économiques.

A la différence du Qatar, les investissements chinois ne concernent pas directement l'Etat chinois. Cependant, les entreprises privées qui investissent dans le monde du sport en Europe sont très souvent « mandatées » par des services étatiques du PCC. La montée en puissance du football chinois passe par une stratégie de développement à court (l'achat de joueurs étrangers pour crédibiliser son championnat), moyen (le rachat de clubs européens réputés pour la qualité de leur centre de formation comme l'AJ Auxerre ou le FC Sochaux) et long termes (prises de participation dans les plus grands clubs comme OL Groupe, livraisons d'infrastructures modernes et formation de joueurs locaux).

Cela est en lien avec l'engouement notoire du Président Xi Jinping pour le football. Il s'agit donc à la fois d'un investissement financier, mais aussi, d'un investissement politique au sein du parti.

La volonté derrière ces rachats, ne réside pas surtout dans l'idée de réaliser des gains réels, mais demeure plutôt dans la volonté des chefs d'entreprises chinois de se mettre en avant face à la politique chinoise extérieure.

La Chine veut donc devenir une « grande nation du sport » et créer d'ici 10 ans une industrie représentant presque 700 milliards d'euros (contre 53 aujourd'hui).

Actuellement elle occupe le 82^{ème} rang au classement des nations de la FIFA, considéré comme un véritable affront pour un pays en recherche constante d'exposition.

Le sport en général et le football en particulier connaissent donc en Chine un véritable engouement national et populaire, encouragé par les instances dirigeantes et sponsorisé par les plus grands groupes et fortunes locales qui trouvent un moyen d'être dans les bonnes grâces du pouvoir et une opportunité économique pour diversifier leurs investissements et sécuriser leurs avoirs (grâce au caractère « liquide » de cette activité). Le PCC a très bien compris qu'une place dans le monde du sport au premier rang est assujettie à une visibilité sur le football (sport le plus médiatisé dans le monde).

Chapitre 3 Chine : influence au travers des sociétés civiles et acteurs de la promotion culturelle

L'utilisation des ONG et des GONGO dans le modèle Chinois pour promouvoir son influence dans le monde.

Partout dans le monde la Chine pousse sa diaspora à créer des associations. Celles-ci permettent aux expatriés et aux personnes d'origines chinoises de se retrouver et de développer des communautés. La prolifération des associations et ONG permettent à la Chine de gagner en puissance et en influence. D'autant que la Chine développe son pouvoir et son influence sur des organisations internationales comme [l'UNESCO](#). Toutefois, la notion d'ONG est difficile à définir dans le contexte politique chinois. Il existe une distinction entre deux types d'organisations : les GONGOs ayant un lien avec le gouvernement, et les organisations de base sans lien avec le gouvernement. Chacune de ces organisations se trouve aujourd'hui

confrontée à des défis importants, à la fois en termes de légitimité, de positionnement vis-à-vis des pouvoirs publics et de ressources pour financer leurs activités.

De par leur proximité avec le gouvernement, les GONGOs ont un accès privilégié aux financements publics. Cependant, ce rapprochement peut aussi être un frein. A cause de ces relations, les GONGOs éprouvent de grandes difficultés à trouver d'autres sources de financements et bénéficient plus difficilement d'une crédibilité et d'une légitimité propre.

Les organisations non liées au gouvernement sont très faiblement reconnues par les pouvoirs publics, ce qui est un frein à leur développement. Cette faible reconnaissance entraîne l'absence de financements publics ainsi qu'une difficulté à lever des fonds privés, mettant en cause leur capacité à recruter une main d'œuvre qualifiée capable de professionnaliser [la structure](#).

Au cours de ces récentes années, la Chine a divisé son programme d'influence culturelle et a pris de nombreuses initiatives afin de promouvoir la culture chinoise à l'étranger. Ces plans ont pour but d'améliorer l'attrait de la culture chinoise envers ses voisins les plus proches, en Europe, aux Etats-Unis et dans le Tiers-Monde. Le Ministre de la culture chinoise en 2006, Sun Jiazheng a déclaré que la culture était devenue le troisième pilier de la diplomatie chinoise après l'économie et la politique.

Toujours en 2006, le PCC a mis en place son nouveau plan sur 5 ans afin de développer la présence chinoise à l'international sur des domaines culturels. A travers ces échanges, cela permettra d'améliorer la compréhension culturelle de la Chine à l'étranger, comme le nouvel an chinois, les langues, l'année culturelle chinoise, la médecine traditionnelle, l'anniversaire de la fondation du PCC et la mise en place des liens diplomatiques...

Le long processus d'approbation entrave le développement des think tanks chinois

Via ses Think-Tanks la Chine cherche aussi à imposer sa patte culturelle sur le secteur de la pensée économie. L'émergence des think-tanks chinois est relativement récente (fin des années 2000) et force est de constater que ce n'est chose aisée du fait de la culture chinoise et de sa lente approbation par une partie traditionaliste [du pouvoir](#). Cependant la Chine a bien compris que les think tanks sont un outil important pour soutenir le soft power, et a fortiori les stratégies d'influences. Xi Jinping a donc promu la création et l'internationalisation de think tanks chinois privilégiant des thématiques choisies par le gouvernement comme des projets de recherche sur le gouvernement et la culture. Ce qui ne manque pas d'appauvrir la diversité et l'innovation des think tanks chinois. De plus l'internationalisation de ces think tanks se heurte à des obstacles administratifs (difficultés et lourdeurs pour pouvoir inviter des intervenants étrangers ou pour accepter qu'un membre d'un think tank chinois puisse assister ou participer à un évènement). Pour Alice Ekman, chef du département des projets de la Chine à l'Institut français des relations internationales, les think tanks sont le terrain d'affrontement de deux visions, celle qui poussent à l'internationalisation comme le souhaite Xi Jinping et ceux plus traditionnels qui cherchent à entraver son essor.

Xi Jinping a donc promu la création de « think tanks aux caractéristiques chinoises ». Cependant leur soumission au gouvernement (notamment financière) et leur supervision par le Département de la Propagande se révèle être un handicap pour se faire reconnaître à l'étranger. Cela même alors que le Comité Central avait publié en 2015 une réflexion sur la diversification des think tanks chinois avec l'apparition de « think tanks civils » adossés à de grandes entreprises ou médias. "Opinion on strengthening the construction of new types of think tanks with Chinese characteristics". Outils du soft power chinois, ils sont défendus de critiquer ouvertement les politiques du gouvernement et ont pour fonction de convaincre le

public et les acteurs internationaux du bien-fondé des politiques nationales. Dans la pratique, cela signifie que la majeure partie de leur travail se limite à interpréter et légitimer des décisions déjà prises. En résumé ces think tanks peinent à accomplir leur rôle d'espace dédié à l'opinion publique pour n'être que la voix du gouvernement. Ainsi il semblerait que la quantité de nouveaux think tanks (on parle de « printemps des think tanks chinois ») ait primé sur la qualité.

La construction des Instituts Confucius est un canal important pour glorifier la culture Chinoise

La mise en avant de la culture chinoise est aussi diffusée dans le monde entier notamment grâce au réseau de plus de 516 Instituts Confucius et 1 076 Classes Confucius dans des écoles primaires et secondaires, le tout dans [plus de 142 pays](#).

En Avril 2007, Li Changchun, membre du Comité Exécutif du Politburo, en charges de l'Idéologie et de la Propagande annonça que : « la construction des Instituts Confucius est un canal important pour glorifier la culture Chinoise, aider la culture Chinoise à se répandre à travers le monde ... [ce qui fait] partie de la stratégie de Propagande International de la Chine ».

Cette stratégie, voulue par le pouvoir politique oblige le gouvernement chinois à mettre en place de plus en plus d'échanges réciproques avec de nombreux pays, nécessitant l'apprentissage de la langue chinoise et la diffusion de la Culture chinoise sur tous les continents. Pour atteindre ces objectifs, le Ministère de l'Education chinois va alors s'appuyer sur des structures académiques, les « Instituts Confucius ».

Les Instituts Confucius apparurent en 2004, financés par le HanBan (Bureau National Chinois pour l'enseignement du Chinois comme langue étrangère), organe missionné par le Ministère de l'Education chinois. En 2012, la Chine annonce le budget de 3 milliards d'euros (vs 145 millions en 2009) pour le HanBan pour « stimuler l'industrie culturelle, améliorer les mécanismes financiers et faire accélérer la transformation des modèles économiques » a déclaré M. Wu, sous-directeur du Département de Publicité du Parti.

Ces établissements mettent en place des actions en synergie avec les universités, les collectivités locales, les associations et parfois de grandes entreprises. Une des spécificités des Instituts Confucius comparé à d'autres structures apparentés (Alliance Française, British council...) est de s'appuyer sur des universités : Logés au cœur de celle-ci les instituts et classe en tirent un certain nombre d'avantages : Diffuser un message dynamique auprès de la jeunesse concernant la place de la Chine dans le développement mondial ; Identifier et recruter les meilleurs éléments en leur offrant des postes ou bourses d'études pour partir en Chine; Utiliser le financement des structures ; Pénétrer les réseaux universitaires, pour créer des relais de diffusion de la puissance chinoise ; Capter les informations et les tendances ;

Il est intéressant de noter que la cible officielle des instituts est très large : les étudiants étrangers, mais aussi les Chinois hors de Chine et les membres des minorités ethniques de Chine. Ces instituts auraient une démarche d'influence culturelle avec un effet externe et interne à la Chine : Le développement du Mandarin (le cantonnais n'est pas enseigné), participer à la diffusion de la culture, renforcer les liens avec la diaspora...

Le soft power chinois se veut donc global grâce à l'implantation des instituts et classe Confucius dans le monde entier. Pour autant, il s'exerce plus intensément qu'ailleurs dans les pays dits du Sud. On remarque ainsi que des régions comme l'Asie du Sud-Est, l'Afrique, le Moyen-Orient et l'Amérique latine sont directement concernés. En plus de liens économiques et commerciaux de plus en plus forts qui garantissent à la Chine de précieux partenaires, l'Asie

du Sud-Est est devenue progressivement un lieu de convergences stratégiques, et de reconnaissance du modèle de développement chinois (cf. l'accord de libre-échange de 2011 avec six membres de l'ASEAN).

La Chine cherche également à exporter des arts chinois pour asseoir sa puissance culturelle que ce soit d'un point de vue musical, cinématographique, littéraire, artistique ...

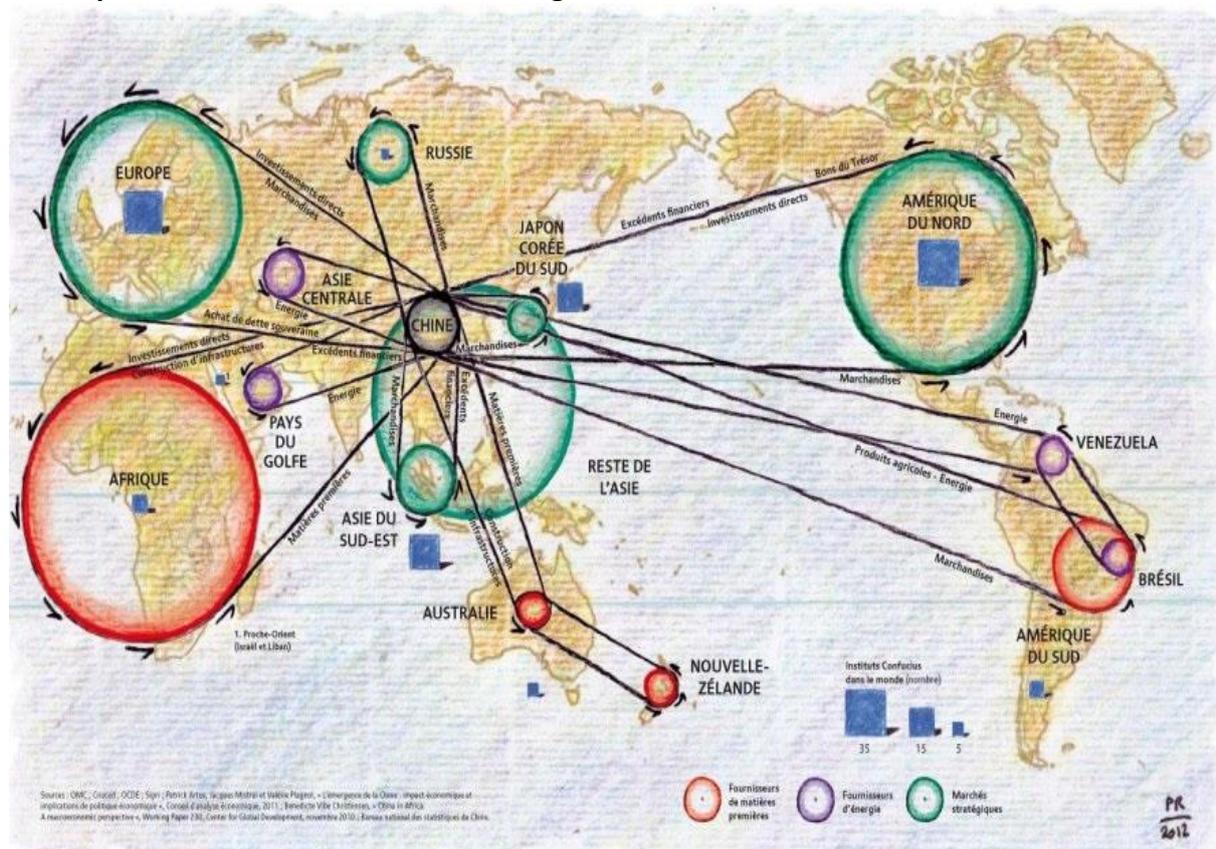
La volonté de la Chine d'exporter des arts chinois dans le monde

Un des exemples flagrants de cette mutation est le développement de l'art chinois et de sa revalorisation sur le marché de l'art.

La recette de 263 million de dollars réalisée le 15 mars 2016 à New York dans le cadre de la vente aux enchères par Christie's de 29 pièces d'art traditionnel chinois issues du Fujita Museum correspond à une étape majeure pour le marché de l'art aux enchères mondialisé. Ce résultat est historique pour une vente aux enchères d'art traditionnel chinois. Il dépasse sensiblement et pour la première fois ceux récemment obtenus à Londres pour chacune des grandes ventes d'art impressionniste ou contemporain occidental proposées par les plus grandes maisons de vente aux enchères cette année. D'ailleurs la compagnie d'assurances Taikang, dont la maison mère n'est autre que China Guardian, a pris environ 15% du capital de Sotheby's l'année dernière. L'offensive chinoise n'en est probablement qu'à ses débuts.

La Chine souhaite aussi s'imposer sur la scène internationale à travers le sport et a décidé de développer ses institutions sportives.

Le cas particulier de la secte « Falun Gong »



Le Falun Gong est un mouvement qui prône la pratique du qi gong. Il s'agit d'exercices physiques millénaires accomplis sur un fond de méditations taoïste et bouddhiste, qu'alimente un discours aux forts accents messianiques. Les 3 piliers de cette pratique traditionnelle sont la bienveillance, la tolérance et l'authenticité. Le mouvement compte entre 70 et 100 millions de pratiquants en Chine soit plus que les membres du PCC, ce qui lui a valu le ressentiment de l'ancien Secrétaire général du parti Jiang Zemin.

La majorité des adhérents sont des laissés-pour-compte de la nouvelle économie chinoise. Les adeptes du Falun Dafa (l'art de vivre prôné par le mouvement) sont sensibles aux promesses d'une meilleure santé et d'un salut de l'âme. Paradoxalement le PCC a encouragé cette pratique au début des années 1990 pour détourner les masses chinoises de l'influence occidentale (et de l'aspiration démocratique) en promouvant la culture traditionnelle chinoise. L'institut Falun Gong a été interdit en 1999 à la suite de l'encerclement pacifique du bâtiment du Zhongnanhai, le siège du PCC à Pékin, par 10 000 personnes se réclamant de cette pratique, déjouant la surveillance des services de sécurité et effrayant les autorités par ses capacités d'organisation. Le leader du mouvement, Li Hongzhi, s'est réfugié aux Etats-Unis. L'attitude du régime se durcit et la répression frappe les membres du Falun Gong, les dirigeants chinois connaissant leur histoire, plusieurs dynasties impériales ayant été balayées par des mouvements similaires.

Le mouvement est l'ennemi numéro un du régime en raison de l'absence de contrôle du Parti sur ce dernier, tous les moyens étant mis en œuvre pour le supprimer en Chine et à l'étranger. Les trafics d'organes dans les camps de rééducation par le travail ont visé les membres du Falun Gong qui constituent les 2/3 des prisonniers.

Un Bureau central du traitement des affaires du Falun Gong a été créé pour éradiquer le mouvement avec un « bureau 610 » subordonné en charge de la répression. Li Dongsheng, son responsable, a été démis de ses fonctions par Xi Jinping. Là aussi il s'agit de la lutte fratricide entre les deux clans se disputant le pouvoir. Ce haut responsable sécuritaire avait plusieurs casquettes et était l'un des dirigeants de l'appareil de propagande d'Etat. Sa mise à l'écart vise indirectement Jiang Zemin et sa politique totalitaire à l'encontre des membres du Falun Gong. Les récentes indemnités accordées à d'anciens membres du mouvement par des juridictions soulignent le changement radical de politique initié par Xi Jinping. Les adeptes sont cependant toujours persécutés dans les zones contrôlées par le clan Zemin. Le mouvement fait donc l'objet d'une instrumentalisation à l'étranger. Le conseiller politique de l'ambassade de Chine est généralement le correspondant du bureau 610. Le discours à l'encontre des pratiquants locaux du Falun Dafa (chinois de la diaspora ou autochtones) est un bon étalon du positionnement politique des acteurs consulaires ou diplomatiques chinois. Xi Jinping promeut les défenseurs de la culture traditionnelle chinoise. Le Falun Gong pourrait être un relai local précieux pour faire passer son message politique.

« Panda diplomacy »: La location de Pandas à l'international

[Si la location de Pandas chinois aux différents zoos internationaux](#) est si efficace c'est tout d'abord parce qu'ils sont une source de profit non négligeable pour la Chine. Par exemple le zoo de Beauval loue ses Pandas chinois un million d'euros par an et par unité (même si ce prix peut paraître élevé, leur présence draine tellement de visiteurs chaque année que cela reste rentable pour le zoo).

Le peuple chinois voue un véritable culte aux Pandas non seulement parce qu'ils sont un symbole de paix et d'amitié mais également parce qu'ils les voient comme particulièrement forts et résilients (un panda géant est fort « comme un tigre » dans la culture chinoise). Ils font l'objet de nombreux mythes et légendes et sont considérés comme existant depuis trois millions d'années pour l'imaginaire chinois. Ils sont un symbole fort de longévité et sont donc de fait intimement liés à la culture millénaire chinoise.

En effet, dans l'imaginaire collectif chinois, les pandas sont vus comme puissants comme des guerriers, résistants au froid, capables de grimper aux arbres, pouvant trouver leur nourriture même enfouie sous la neige et résister à des températures jusqu'à -14°C.

En 1990, lors des jeux informatiques de Pékin, la mascotte était un panda géant nommé « PanPan » et il tenait une médaille d'or dans les mains.

Le poète Bai Juyi considérait que les Pandas avaient des pouvoirs mystiques capables de repousser les catastrophes naturelles ainsi que de faire disparaître les mauvais esprits.

Plus récemment, le succès international de la trilogie « Kung Fu PANDA », reprenant à son compte certains mythes chinois cités ci-dessus, prouve sans ambiguïté possible l'efficacité de leur choix. Il y a ainsi fort à parier que les PANDAS resteront longtemps encore des icônes phares de l'influence de la culture chinoise dans le monde.

Partie III : Influence interétatique et organismes internationaux

Chapitre.1 : Organismes internationaux

La stratégie d'influence culturelle de la Chine passe par sa participation active aux institutions intergouvernementales. Cela se traduit par la multiplication de ses relations avec les institutions étrangères et la promotion de plus en plus visible de son *soft power*. Toutefois, la Chine est face à son propre paradoxe : d'un côté, la nécessité d'accepter un plus haut degré d'interdépendance avec la communauté internationale, de l'autre, en tirer parti pour défendre et promouvoir ses intérêts nationaux propres.

Au vu de ce paradoxe, il semble logique de déterminer par quelle manière la Chine compte prendre la main sur les institutions internationales : d'une façon réformiste ou révisionniste ? Pour comprendre cette dichotomie particulière, le réformisme propose de modifier de l'intérieur, par une capacité d'influence grandissante les normes et les institutions existantes. Le révisionnisme en revanche propose de créer une nouvelle voie, via la création de nouvelles normes et de nouvelles institutions appelées à concurrencer mais aussi à défier et transformer de l'extérieur l'ordre international et son mode de fonctionnement instauré par les occidentaux.

Le réformisme

La Chine tente par tous les moyens de prendre une place de plus en plus importante dans les institutions internationales existantes. Le point le plus marquant est la capacité de Pékin à utiliser pleinement les institutions du système onusien afin de mettre en avant ses préoccupations et de les légitimer auprès de la communauté internationale. C'est la même motivation qui avait poussé la Chine à faire sortir Taiwan du Conseil de Sécurité de l'Organisation des Nations Unies (ONU) pour prendre sa place en 1971. Cette nécessité politique, aussi bien interne qu'externe, a durablement marqué la vision chinoise des institutions internationales.

Depuis 2016 le président chinois Xi Jinping n'a eu de cesse de rappeler dans ses discours onusiens le soutien de la Chine, notamment financier, pour des opérations internationales. Cette implication croissante s'inscrit dans le discours de promotion du dialogue et de l'harmonie entre les cultures et les peuples du monde. Le désintérêt actuel de certains pays ayant une emprise historique dans les instances internationales, et le manque de financement, créé un appel d'air dans lequel la Chine s'engouffre avec empressement.

Sa plus grande opportunité actuelle réside dans la sortie en octobre 2017 des Etats-Unis et d'Israël de l'Organisation des Nations-Unies pour l'Education, la Science et la Culture (UNESCO) alors que cette institution se trouve dans une situation économique précaire. La Chine est l'un des défenseurs les plus ardents de l'UNESCO depuis la création de l'Organisation. Elle en est l'un des membres fondateurs de l'institution (4 novembre 1956). Ce fort intérêt de la Chine pour l'UNESCO s'explique notamment par l'importance de la culture dans la conception du « *soft power* à la chinoise » telle que définie lors du 16^{ème} Congrès National du PCC en décembre 2002.

Depuis quelques années, la Chine accroît fortement son aide financière à destination de l'UNESCO et de ses projets. Elle va par exemple financer le retour du Courrier de l'UNESCO en allouant 5.6 millions de dollars sur cinq ans. Via cette action de mécénat, elle va accroître de manière directe son pouvoir sur le courrier et écrire de manière directe via l'institution de l'ONU sa vision de l'histoire et du patrimoine chinois et international. Les spécialistes

s'inquiètent d'ailleurs de l'utilisation du courrier de l'UNESCO dans le but de cacher les rénovations grossières du patrimoine touristique chinois demandé par la bureaucratie.

La Chine profite également de certains projets de l'UNESCO pour y adosser ses volontés économiques comme la création de la nouvelle route de la soie (OBOR). Ce projet économique traversant plusieurs pays, il est fort commode pour la Chine de ressusciter un passé et une histoire commune présenté comme un "âge d'or" via la redécouverte et la mise en valeur de ce patrimoine pour susciter l'adhésion de ces pays. C'est pourquoi la Chine est actuellement très investie dans le projet de « renaissance des routes de la soie historiques » portée depuis 1988 par l'UNESCO et organise régulièrement des forums sur ce sujet. Ainsi du 22 au 25 mai 2015, la première réunion du Réseau International de la plateforme de la Route de la Soie s'est tenue à Xi'an en Chine. Cette rencontre a réuni 15 états membres avec pour but de mettre en valeur le patrimoine sur le chemin de la route de la soie et appuyer l'intérêt touristique que peut porter ce nouveau réseau commercial.

Beaucoup de ces institutions internationales restent cependant fortement réticentes à cette nouvelle forme d'influence. En effet la nature même du régime chinois semble peu compatible avec leur philosophie. On peut noter en ce sens la candidature malheureuse du Chinois Qian Tang (actuel sous-directeur pour l'éducation de l'Unesco) qui a suscité de vives polémiques et a cristallisé les tensions autour des "restaurations" calamiteuses de vestiges chinois et des droits de l'homme. Plus spectaculaire, *Human Rights Watch* a publié en septembre 2017 un nouveau rapport dans lequel il appelle la Chine « à mettre fin à ses tentatives d'affaiblir les mécanismes des Nations Unies dédiés au respect des droits humains ». Elle dénonce publiquement le double jeu chinois qui promeut le respect des droits de l'homme dans les instances internationales mais qui dans le même temps mène une répression très dure contre ses opposants politiques chinois à l'intérieur mais aussi à l'extérieur de ses frontières. Cette répression se porte jusque dans les organes de l'ONU. Kenneth Roth, directeur exécutif de *Human Rights Watch*, a ainsi déclaré que « la Chine poursuit un dialogue avec l'ONU au sujet des droits humains, mais souvent dans le but de faire taire les critiques et d'entraver l'accès des activistes qui travaillent sur les questions des droits dans ce pays ». Le rapport de 96 pages, intitulé *The Costs of International Advocacy: China's Interference in United Nations Human Rights Mechanisms*¹⁰ décrit les efforts de la Chine pour harceler les militants, notamment chinois, et les empêcher d'accéder aux événements onusiens pour intimider des membres du personnel des Nations Unies et des experts se penchant sur des questions relatives aux droits humains en Chine, voire à faire exclure les plus critiques. De par sa position de membre du Conseil de Sécurité de l'ONU et de par sa présence au Comité du Conseil économique et social chargé des Organisations Non Gouvernementales (ONG), la Chine a réussi à empêcher les ONG qui critiquent la Chine d'obtenir l'accréditation de l'ONU et à inscrire sur liste noire certains militants.

Le révisionnisme

Dans le cadre de la route de la soie par exemple, la Chine ne se contente pas d'infiltrer les institutions pour les modifier. Elle est aussi une puissance révisionniste. En cela, elle tente d'imiter l'instauration du *soft power* des États-Unis en créant un nouveau système de gouvernance. En parallèle de l'accroissement de son influence au sein des institutions existantes, la Chine souhaite créer ses propres institutions où elle aura un rôle et un poids déterminant. Elle aurait pu, par exemple, renoncer à la Banque Asiatique d'Investissement

¹⁰ « Les coûts du plaidoyer international : Ingérence de la Chine dans les mécanismes de droits humains des Nations Unies »

dans les Infrastructures (BAII) si elle avait obtenu une plus forte représentation au sein du FMI depuis 2015. Pour endiguer ce phénomène de créations d'institutions à dominante culturelle chinoise importante, Tokyo et Washington proposent des coopérations sur de nombreux projets. Ces coopérations ont eu lieu notamment avec la Banque asiatique de développement, ou la Banque Mondiale, où Washington et Tokyo continuent d'exercer une influence majeure.

Les limites

L'application de cette stratégie est entravée par deux faiblesses de la République Populaire de Chine : premièrement la Chine est incapable de s'ouvrir complètement à l'international. Cela est sûrement dû à sa paranoïa vis-à-vis des autres institutions et pays, avec des conséquences importantes sur sa capacité à influencer les institutions chinoises et à exporter sa vision culturelle. Deuxièmement, les relations des GONGOs et des ONG avec l'Etat, font du manque de société civile Chinoise un véritable frein. Elle est ainsi considérée comme une extension de l'Etat plutôt que comme une société civile à part entière, l'empêchant d'avoir un rôle majeur dans les institutions internationales. En conséquence, si elle est parvenue à influencer de manière plus nette les institutions existantes et à commencer à en créer de nouvelles (OCS, BAII), elle ne jouit encore que d'une capacité relativement limitée à édicter les normes internationales et à prendre part à la gouvernance mondiale.

Par l'entrisme et le contournement, c'est-à-dire par une approche tantôt révisionniste tantôt réformiste, la Chine s'efforce de modifier l'ordre international actuel. Pour atteindre ses objectifs, elle utilise toutes les ressources à sa disposition. D'abord, sa puissance économique et financière, ensuite son influence diplomatique et enfin sa puissance militaire et navale.

Le projet de nouvelle route de la soie a une visée économique, diplomatique, géostratégique et est un exemple de la capacité chinoise de mobilisation. De plus, la Chine instrumentalise l'ensemble des organisations internationales auxquelles elle appartient : l'ONU où elle souhaite la présence d'une majorité d'états pas ou peu démocratiques, mais aussi celles sur lesquelles elle exerce une nette ascendance comme l'OCS ou le groupe des BRICS.

Chapitre.2 : Une attitude timorée face à l'Occident

Pour la Chine l'Occident n'est pas entrevu comme une unité parfaite. Il y a d'un côté les Etats-Unis, le rival historique, et l'Union Européenne (UE), entrevue comme le sujet des Etats-Unis. Les rapports sino-américains sont marqués par une concurrence stratégique. Si la Chine est encore l'outsider de cette relation, les rapports demeurent stables du fait de l'interdépendance qui lie les deux puissances. Pour pallier cette faiblesse, la Chine reprend sa rhétorique néo-confucéenne promouvant un monde multipolaire harmonieux dans lequel les Etats-Unis ne peuvent être l'unique superpuissance. Pour cela la Chine soutient les puissances moyennes pour faire contrepoids. L'utilisation de l'UE par la Chine suit cette logique. Également, la Chine a mis en place une stratégie duale qui combine le « profil bas » pour éviter la confrontation, et une modernisation de son économie (notamment militaire) via l'influence culturelle pour gagner en puissance. L'objectif est celui d'un « équilibre complexe », d'une relation d'alter egos. On retrouve cette stratégie dans la pensée du Général Ge Dangshang et son concept de « deux mains contre deux mains » c'est-à-dire de la lutte et de la coopération. Avec cette stratégie la Chine peut poursuivre son influence culturelle sans craindre des répercussions de la part des Etats-Unis. L'idée pour Wang Jisi, expert des relations Chine/États-Unis, est de montrer que les Etats-Unis ne sont « ni un ami, ni un ennemi ». La Chine parie sur le déclin annoncé des Etats-Unis combiné à la poursuite de leur stratégie de puissance pour prendre le dessus. Les Etats-Unis parient sur les moyens, la Chine sur le temps.

Ainsi pour exemple la Chine, avant les déclarations inconstantes de Donald Trump sur Taïwan, ne souhaitait pas relancer le débat pour ne pas tomber dans la confrontation. Pour autant elle ne reste pas inactive dans le rapport de force. Si le bras de fer aux niveaux militaire et économique est trop périlleux à mener, elle ne renâcle pas devant les cyberattaques qu'elle mène contre les secteurs stratégiques étatsuniens. Il faut noter néanmoins que cette stratégie timorée depuis les années 90 peut connaître un tournant avec l'arrivée de Donald Trump au pouvoir. En témoigne le discours de Davos de janvier 2017 où Xi Jinping s'est posé en parangon du libre-échange face au repli de Donald Trump. La Chine prend ici la posture de leader économique mondial face aux Etats-Unis de Trump.

Pour ce qui est des relations avec l'Union Européenne, elles se sont surtout développées après la fin de la Guerre Froide. Les réformes de Deng des années 90 ont séduit une Union Européenne en plein processus d'intégration. A l'inverse la Chine demeure réticente face à l'UE et l'entrevoit principalement comme un levier d'influence face aux Etats-Unis. Il s'agit d'un ventre mou déstabilisé par ses dissensions internes et facile à orienter en fonction de ses intérêts politiques et économiques. Elle n'est pas un objectif en soi, elle est un moyen au service du rapport de force face aux Etats-Unis. La Chine utilise l'Union Européenne en profitant du déficit commercial du vieux continent via la sous-évaluation du yuan, à la violation du droit à la propriété intellectuelle, et fait pression pour accéder plus facilement au marché commun. L'UE est un maillon faible du monde multipolaire auquel la Chine aspire, et dans le même temps cette faiblesse interne est une aubaine puisqu'elle la rend manipulable.

Chapitre.3 : L'illusion d'une relation « Win-Win » Chine-Afrique & Chine-Amérique latine

La relation Chine/Afrique chronique d'un messianisme prédateur

Pour retrouver des traces historiques d'un échange culturel entre les peuples de Chine et d'Afrique, il nous faut remonter au XVème siècle avec l'ouverture de comptoirs commerciaux par l'amiral chinois Zheng He. Cependant, nous pouvons réellement parler d'interaction culturelle qu'à partir du XXème siècle et plus particulièrement en 1955 avec la conférence de Bandung. C'est à partir de cette date que la Chine, comme nous la connaissons aujourd'hui, s'offre les moyens de devenir une puissance à l'échelle mondiale. Par le biais de soutiens diplomatiques, via certains pays d'Afrique, elle réussit à s'octroyer une place de membre permanent au conseil de sécurité de l'ONU.

En fait, il faut prendre en compte d'autres facteurs pour comprendre l'ensemble de la stratégie chinoise particulièrement complexe, à l'œuvre depuis plus de 60 ans. Pour Pékin, être présent en Afrique, c'est aussi limiter l'influence des Etats-Unis qui sont perçus comme concurrents sur les hydrocarbures africains. De plus, la Chine cherche à contrer l'influence du Japon qui pour sa part cherche des alliés en Afrique afin d'obtenir sa place au conseil de sécurité de l'ONU (place obtenue en 2017). Enfin, la Chine cherche à achever l'isolement de Taïwan sur la scène internationale.

Les échanges entre ces deux « continents » demeurent à ce moment principalement de nature idéologique. La visite sur l'année 1963 du Premier Ministre Zhou Enlai a permis de renforcer la position chinoise sur la question du développement de la nation, en opposition aux modèles occidentaux et soviétiques de l'époque. Cette pensée chinoise est basée sur cinq « principes de coexistence pacifique » :

1. Soutenir les peuples dans leur lutte contre l'impérialisme et le (néo)-colonialisme en vue d'obtenir et de préserver leur indépendance
2. Encourager les gouvernements à poursuivre des politiques de paix, de neutralité et de non-alignement
3. Soutenir les aspirations des peuples à l'unité et la solidarité
4. Promouvoir le règlement pacifique des différends
5. Respecter la souveraineté nationale et rejeter toute interférence extérieure

Une des stratégies de la Chine est pour autant de mettre en avant le respect de la souveraineté des Etats. Cette non-ingérence apparente est très appréciée par les régimes africains car elle tranche avec l'attitude des Etats-Unis ou de l'Union Européenne. En faisant pression pour la bonne gouvernance, les Etats-Unis et l'Union Européenne sont actuellement taxés de néocolonialistes par le continent africain. C'est pourquoi la Chine se présente aux Etats africains comme un pays en développement. Cette fausse modestie lui permet d'apparaître d'égal à égal.

Il n'y a pas de volonté de contrôle, d'ingérence chinoise sur les gouvernements locaux. La présence chinoise demeure économique, commerciale et militaire. Et si le montant des échanges entre la Chine et l'Afrique est si important, c'est pour des raisons de nécessité. La Chine a des besoins en plusieurs produits (nourriture, matières premières, hydrocarbures ...), et ce, pour nourrir sa croissance. Nous ne constatons pas d'ingérence politique mais une forme certaine d'ingérence économique auprès de pays que l'occident (partenaires de l'époque) avait négligés dans les années 1990, et où les Chinois se sont positionnés.

Pourtant, il s'agit d'une stratégie de conquête de la part de la Chine, stratégie qui aujourd'hui se montre de plus en plus payante, et surtout manifeste. On ne peut que le constater avec le dernier Forum Sino-Africain de 2015 à Johannesburg où 48 des 54 pays africains étaient présents.

Dans le cadre de cette stratégie d'influence culturelle extérieure chinoise, il faut également mentionner un fait particulier : il semble qu'il y ait deux typologies de migrants chinois en Afrique. D'une part, il y a les ouvriers qui arrivent par milliers sur des chantiers contractuels pour repartir par la suite en Chine, d'autre part, il y a les aventuriers qui parcourent l'Afrique pour s'installer durablement, pour y faire carrière, pour y faire fortune (L'Afrique : Le nouveau Far West chinois). Ces derniers conservent des liens très étroits avec la Chine et continuent d'alimenter une migration soutenue vers l'Afrique en fonction des besoins en main d'œuvre. Ils rachètent également les entreprises locales qui se trouvent en difficultés. Dès lors, la question qui nous intéresse sera de comprendre comment ces deux peuples très différents et très hétérogènes peuvent autant coopérer ? La contradiction que nous soulevons est de savoir comment ils arrivent à communiquer et donc à partager des visions communes ? Aujourd'hui c'est près de 10 000 entreprises en Afrique, ce qui représente environ 100 000 travailleurs chinois. A cela s'ajoute 400 000 Africains originaires de Chine, qui sont naturalisés. Cela s'explique par le coût de la main d'œuvre chinoise qui reste faible comparé à la main d'œuvre africaine, mais qui toutefois rentre de plus en plus en concurrence avec les travailleurs locaux. On constate aujourd'hui de nombreux débuts de tensions entre les populations chinoises et africaines sur le continent africain, surtout concernant le domaine des infrastructures.

L'Amérique Latine comme nouveau terrain de jeu, entre promotion de la culture et intérêts économiques

Cette tendance qu'on trouve en Afrique se retrouve en Amérique Latine même si elle est plus récente. Elle s'est développée avec de véritables politiques comme le forum de coopération Chine-Amérique latine de 2015 qui en constitue l'une des principales manifestations.

En 2008 apparaît le premier *Policy Paper* chinois sur l'Amérique latine et les Caraïbes. Il promeut quatre objectifs de coopération encouragés par le renforcement des liens politique, économique, culturel et social. Tout d'abord promouvoir le respect mutuel, la compréhension et le soutien des intérêts et les préoccupations des autres parties. Ensuite, approfondir la coopération économique selon une perspective « gagnants-gagnant ». Troisièmement, élargir les liens culturels afin de favoriser le développement de ces civilisations. Enfin, promouvoir le principe d'une Chine unique. Ces principes ont été réitérés en 2015 dans le plan 2015-2019 au forum de coopération Chine-CELAC.

Entre 2000 et 2015 le commerce sino-latino-américain est multiplié par 22 atteignant les 269 milliards de dollars ce qui positionne la Chine parmi les 3 [principaux fournisseurs d'Amérique latine](#). Les investissements ont atteint 10 milliards de dollars par an depuis 2010 et l'aide sous forme de prêts atteint les 119 milliards depuis 2005.

Un nouvel outil créé par la Chine pour soutenir les économies des pays membres du BRICS est la banque BAI dont le Brésil est membre fondateur. Fondamentalement, la Chine applique un « plan Marshall » en Amérique du Sud et Centrale. De nombreuses sociétés chinoises ont investis largement dans les pays d'Amérique du Sud comme la société chinoise Three Gorges Corp qui va construire le barrage et la centrale hydroélectrique de Tapajos dans la jungle amazonienne pour un coût estimé à 5,9 milliards \$. Un autre projet d'accord est celui d'un chemin de fer transcontinental de 3500 kilomètres qui reliera le port brésilien de Santos sur la côte Atlantique au port péruvien de Ilo, sur l'océan Pacifique. Le coût de ce projet est estimé à 30 milliards de dollars et permettrait à la Chine de déverser jusqu'au Brésil une quantité toujours plus importante de produits manufacturés tout en achetant à bas coût une forte part des ressources naturelles brésiliennes.

Après le Brésil, le Premier ministre chinois en 2014 avait poursuivi sa visite du continent sud-Américain en se rendant en Colombie, au Pérou, au Chili et enfin en Argentine. Il était alors le deuxième Président chinois, après Jiang Zemin, à visiter l'Amérique latine pour y faire du développement économique. Lors de ce séjour, il en a profité pour signer plusieurs accords, entre autres 15 accords de coopération avec le Brésil, 19 avec l'Argentine et 38 avec le Venezuela.

Par ailleurs, la Chine déploie une stratégie de participation accrue aux institutions régionales notamment par son rôle d'interlocuteur unique depuis la création de la coopération Chine-CELAC (Communauté des Etats d'Amérique latine et des Caraïbes) pour asseoir sa suprématie sur le continent.

Symboliquement conforté par son rôle de contributeur à la Banque interaméricaine de développement ou à l'Organisation des Etats Américains, l'engagement de Pékin confère une image de « respectabilité politique » en plus de son statut d'acteur économique puissant. Fort de l'image positive dont elle bénéficie sur ce continent, la Chine déploie sa diplomatie publique en misant sur son *soft power*. Comme vu précédemment en Afrique, celle-ci passe par la création de plus de 30 instituts Confucius, de plus d'une vingtaine d'accords touristiques bilatéraux ou encore par le jumelage de plus d'une centaine de villes.

Par ailleurs, les communautés chinoises, implantées de longue date en Amérique Latine, sont des clés pour comprendre la situation et les évolutions possibles des relations entre ces deux régions du monde. Les émigrés chinois sont très souvent des commerçants. Ils jouent un rôle de constructeurs de liens culturels entre les deux côtés notamment en Argentine avec plus de

90.000 personnes d'origine chinoise. Les mini-markets de Buenos Aires ont remplacé les boutiques des petits commerçants italiens et espagnols de la seconde génération, qui ont fait faillite dans les années 1990 à l'arrivée des grands centres commerciaux. Le nombre de nationaux se définissant comme chinois ou ayant une ascendance chinoise est de plus en plus élevé.

C'est un très bon exemple de la politique internationale chinoise qui sous couvert d'un discours officiel « gagnant-gagnant » se comporte en tant que colonialiste des temps modernes, exploiteur froid et calculateur de la misère traversée par des pays ayant néanmoins des richesses et matières premières exploitables en grands volumes.

Conclusion et perspectives d'actualité

Au terme de cette étude nous avons pu déterminer le processus de constitution de la stratégie d'influence culturelle extérieure de la Chine. Après la rupture des relations avec l'URSS au début des années 60 la Chine a commencé à mettre en place une stratégie propre basée sur une vision orientée de sa propre culture. Cette réflexion qui a amené la Chine à s'ouvrir à l'international s'est brutalement arrêtée après les émeutes de Tian'anmen. Le Président Deng, du fait de la dégradation de l'image de son pays, a décidé de changer de stratégie prônant le profil bas. De ce traumatisme est née une double attitude qui consiste à prôner l'harmonie vertueuse pour tous, tout en poursuivant de manière insidieuse ses intérêts. Cette stratégie rejoint le concept de *soft power* créé par J. Nye en 1990. La Chine va adapter ce concept à sa propre stratégie pour créer le *ranguoli*, ou *soft power* chinois. Cette stratégie est payante aujourd'hui et permet à Xi Jinping de s'afficher en nouveau grand timonier de la République Populaire. La stratégie d'influence culturelle extérieure s'appuie sur un certain nombre de leviers basés sur une instrumentalisation par le pouvoir des sociétés civiles internationales. Enfin, la stratégie d'influence culturelle pensée par la Chine passe par une nouvelle manière d'interagir au sein des institutions internationales et avec les autres Etats. Entre révisionnisme et réformisme le PCC est versatile concernant l'attitude à suivre vis-à-vis des institutions internationales. Faut-il les changer de l'intérieur ou créer un système international alternatif propre ? Face à l'Occident la Chine a encore une attitude très timorée qui consiste à conserver un statu quo avec les Etats-Unis et à profiter de la faiblesse européenne pour optimiser sa puissance. En revanche la Chine est beaucoup plus présente dans sa relation avec l'Afrique, l'Asie du Sud-Est et l'Amérique Latine. On retrouve dans cette relation l'ambiguïté consistant à prôner la non-ingérence politique et culturelle tout en ayant une attitude très conquérante au travers de l'outil économique.

La stratégie chinoise rencontre néanmoins quelques limites. En premier lieu l'ambiguïté précitée est de moins en moins bien acceptée à l'étranger avec notamment un rejet croissant de la diaspora chinoise. A cela s'ajoute un rejet des actions chinoises de plus en plus perçues comme émanant du parti central dont l'image est dégradée par son propre autoritarisme. La Chine, pour transcender cette limite, pourrait-être tentée de changer sa stratégie en passant par l'influence des BATX (Baidu, Alibaba, Tencent et Xiaomi) devenus incontournables à l'international sans que le parti central ait besoin de s'investir. Autre limite que l'on peut identifier, l'absence d'une réelle société civile agissant comme vecteur d'influence culturelle. A cette absence s'ajoute une fracture entre culture officielle promue à l'international et culture ressentie par la population chinoise.