



HORIZONS

La nouvelle révolution culturelle : puissance douce de la Chine au pays et à l'étranger

Micro libre

Cela fait partie de série « micro libre » à Horizons, où nous invitons des invités spéciaux à partager leurs réflexions avec nous sur des questions émergentes.

Conférencier invité : Michael Barr, chargé de cours en politiques internationales, Université Newcastle

Date : 25 octobre 2011

Par : Imran Arshad, Horizons de politiques Canada

Le pouvoir d'attraction

La puissance douce, telle qu'elle a traditionnellement été définie par [Joseph Nye](#), est la capacité de façonner les préférences des autres en les attirant par nos valeurs, notre culture et nos politiques. Par contre, la puissance forte consiste à façonner les préférences par la menace de l'utilisation de la force ou la coercition économique. Certains croient que la puissance douce comporte un élément de coercition économique plutôt qu'une simple attirance pour les idéaux. D'autres croient que ces deux puissances vont de pair (p. ex. politiques dynamiques d'échanges commerciaux en Afrique, impérialisme culturel, etc.).

En Occident, la puissance douce est en grande partie liée au façonnage de l'image d'un pays à l'échelle internationale (p. ex. l'exportation de la liberté et de la

démocratie). En Chine, la puissance douce porte non seulement sur le façonnage de l'image d'un pays, mais également sur l'édification de ce dernier. Grâce à des récits portant sur la puissance douce, la Chine encourage une revitalisation culturelle nationale en tentant de conquérir le cœur et l'esprit des communautés de la diaspora chinoise et de promouvoir la cohésion nationale entre les groupes dominants et minoritaires du pays. Trois exemples de la puissance douce chinoise visant à promouvoir le façonnage de l'image du pays et l'édification de ce dernier sont les médias, la langue et l'histoire...

Qui contrôle les médias contrôle l'esprit

Le recours aux médias constitue l'un des moyens d'orienter les préférences et les opinions des autres. Dans le cadre de sa stratégie visant à façonner l'image du pays, la Chine a récemment investi de manière importante (6,5 milliards de dollars américains) dans son expansion des médias à l'étranger. [Xinhua](#) est l'agence de presse la plus importante en Chine et compte 107 bureaux au pays et 31 à l'étranger. Elle englobe [China Xinhua News Network Corporation \(CNC\)](#), une station de télévision diffusant des nouvelles 24 heures sur 24, et [China Network Television \(CNTV\)](#), une station

de télévision nationale sur le Web diffusant des émissions dans de nombreuses langues différentes partout dans le monde, notamment l'arabe, l'anglais, le français, le japonais, le portugais et le russe. Les médias imprimés et radio ont également connu une expansion, notamment le [China Daily](#), un journal en anglais qui offre au reste du monde une « fenêtre sur la Chine ». Le président de l'agence Xinhua a indiqué que la compagnie a pour objectif de briser le monopole et l'hégémonie mondiale des médias occidentaux, puisque 80 % des nouvelles internationales sont diffusées par les pays avancés. On s'attend à ce que cette démarche permette de contrer l'image non démocratique véhiculée au sujet de la Chine concernant des enjeux tels que le Tibet, Taïwan, le mouvement Falun Gong, les droits de la personne, et le fait que la Chine soit vue comme une « menace ».

Parler tous le même langage

L'approche de puissance douce de la Chine comprend également la promotion de sa langue grâce aux branches de l'[Institut Confucius](#) à l'étranger, qui encouragent l'établissement de partenariats entre le gouvernement chinois et d'autres institutions. Des fonds sont accordés (jusqu'à 100 000 dollars américains par année pour cinq ans) pour embaucher des enseignants, acheter du matériel, mettre en œuvre des initiatives de sensibilisation dans les collectivités, et ainsi de suite. Il existe environ 350 instituts Confucius au monde, dans 96 pays, ainsi que près de 400 salles de classe Confucius faisant la promotion de l'enseignement de la langue chinoise dans les écoles primaires et secondaires. Certaines préoccupations ont été soulevées quant au nombre d'instituts Confucius établis dans les collectivités à l'étranger (p. ex. allégations affirmant que des écoles serviraient à dissimuler des services de renseignement, présence trop marquée dans les programmes scolaires, etc.); toutefois, la demande de tels

instituts est évidente, ce qui fournit à la Chine un moyen d'exercer son pouvoir de persuasion. Néanmoins, il est important de se rappeler que la langue ne porte pas sur la promotion de la culture, mais qu'elle constitue le moyen par lequel les personnes se définissent – « la nation [est] conçue dans la langue, et non dans le sang ». ([Anderson](#)).

L'histoire se répète

Afin de façonner sa réputation tant au pays qu'à l'étranger, la Chine s'est servie d'une référence historique marquante en relançant l'histoire de [Zheng He](#). Zheng était un marin de la dynastie Ming qui a effectué des voyages en Asie du Sud-Est, en Asie du Sud, en Afrique de l'Est et au Moyen-Orient de 1405 à 1433. Il était considéré comme un navigateur pacifique ayant parcouru le monde à la recherche de débouchés commerciaux pour l'argent, la soie, les épices et d'autres marchandises. Lors du 600^e anniversaire de son voyage, Beijing a lancé une campagne en son honneur, en tentant d'établir un lien évident entre les motivations de Zheng et les initiatives actuelles : « pas d'armes, pas d'esclavage, uniquement du commerce ». Cette démarche a permis à la Chine d'élaborer un récit intelligemment écrit sur la puissance douce et reposant sur l'histoire qui a fait ressortir des caractéristiques telles que les compétences technologiques, le développement pacifique et le renforcement des routes maritimes essentielles de la Chine ainsi que sa montée en puissance sans intentions colonialistes.

De l'humiliation à l'harmonie

Les initiatives de puissance douce de la Chine reposent sur un discours portant sur « [le siècle d'humiliation](#) », qui a débuté au milieu du XIX^e siècle avec les guerres de l'opium. Il s'en est suivi une perte de territoire, la renonciation aux droits commerciaux, la destruction par le feu du Palais d'été, et bon nombre d'autres pertes humiliantes aux

maines des Français, des Britanniques, des Russes et des Japonais. Des dirigeants ont fait référence à ce discours à maintes reprises : en 1949 (lors de la formation de la République populaire de Chine), en 1997 (lors du rapatriement de Hong Kong) et en 2008 (lors des Jeux olympiques de Beijing). Ainsi, l'image de ce siècle d'humiliation subie par la Chine a servi de moteur à ses initiatives de puissance douce, et c'est la raison pour laquelle l'image de l'intégrité territoriale (p. ex. le rapatriement de Taïwan) est si forte dans la psyché chinoise.

À mesure que la Chine effectue une transition de ce siècle d'humiliation vers une ère plus prospère, et dans la foulée d'autres événements prenant forme sur la scène mondiale, comme le Printemps arabe, les initiatives de puissance douce de la Chine visent à rappeler au peuple de cette dernière qu'elle a connu une immense réussite au cours des dernières années. Sur la scène internationale, ces initiatives ont été accueillies davantage dans les pays voisins en raison de la proximité, des liens culturels étroits, des relations commerciales et de la diaspora chinoise. Néanmoins, de nombreux pays continuent de prendre leurs précautions (c.-à-d. qu'ils entretiennent des relations avec les États-Unis sans s'aliéner la Chine).

Il est encore trop tôt pour évaluer les résultats de la montée récente de la puissance douce de la Chine. Même si elle est consciente de son influence économique et mondiale croissante, la Chine continue d'explorer la manière dont elle peut façonner les préférences des personnes tant au pays qu'à l'étranger à mesure qu'elle tente d'établir son rôle dans un nouvel ordre mondial.

Il reste à déterminer les répercussions des initiatives de puissance douce de la Chine; toutefois, ces répercussions soulèvent des questions intéressantes pour le Canada. Quelle influence ces initiatives pourraient-elles avoir sur les Canadiens et la diaspora chinoise située au Canada? Par conséquent, comment les perceptions qu'ont les Canadiens de la Chine changeront-elles? Quelles sont les répercussions possibles sur les politiques canadiennes s'adressant à la Chine? De quelles possibilités le Canada peut-il profiter pour favoriser sa propre image de marque nationale grâce à des initiatives de puissance douce au pays et à l'étranger?

Il est possible d'obtenir de plus amples renseignements sur ce sujet en consultant les documents suivants :

Barr, Michael, 2011. [Who's Afraid of China? The Challenges of China's Soft Power](#) (Zed Books)

Barr, Michael, 2011. « [Nation Branding as Nation Building: China's Image Campaign](#) » dans *East Asia: An International Quarterly* (Springer)

Horizons de politiques Canada est une organisation de prospective dynamique du gouvernement du Canada dont le mandat a pour but d'aider à anticiper les défis et les possibilités de politique émergents, à explorer de nouvelles connaissances et idées et à expérimenter les méthodes et les technologies visant à appuyer l'élaboration de politiques résilientes. Les opinions qui y sont exprimées dans les documents d'Horizons de politiques Canada ne sont pas nécessairement celles du gouvernement du Canada ou de ministères ou d'organismes en particulier.

Le présent document est disponible en version électronique sur le site web d'Horizons de politiques Canada à l'adresse suivante : www.horizons.gc.ca

Les publications d'Horizons de politiques Canada sont accessibles à des fins personnelles ou publiques mais non commerciales, et peuvent être reproduites, en tout ou en partie, et par quelque moyen que ce soit, sans frais ni autre permission. Nous vous demandons seulement de citer Horizons de politiques Canada comme étant le ministère source de la publication.

PH4-135/2012F-PDF
978-0-662-72269-4

© Sa Majesté la Reine du Chef du Canada, 2012.