

**Le soft power chinois, une maîtrise contestée du concept  
et des résultats mitigés**

*The Chinese soft power, Contested mastery of the concept  
and mixed results*



AMKHOUKH Khaled <sup>1</sup>

<sup>1</sup>Etudiant en 5<sup>ème</sup> année Doctorat Science, au niveau de la faculté  
des Sciences Politiques et des Relations Internationales - Université  
Alger3 , [amk\\_khaled@yahoo.fr](mailto:amk_khaled@yahoo.fr)



Reçu le: **04/10/2019**

Accepté le: **27./10/2019**

Publié le: **30./05/2020**

**Résumé:** Depuis près de deux décennies, la République Populaire de Chine s'est attelée à mettre en œuvre son «soft power» pour améliorer son image dans le monde, en investissant des milliards de dollars afin de convaincre le monde d'accepter sa montée en puissance dans le système international. Bien que le Chine a enregistré des résultats probants dans l'amélioration de son image, il reste que son «soft power» n'a pas eu d'impact significatif en Europe, en Amérique du Nord et dans certains pays d'Asie, où Pékin est encore perçue comme une menace. Plus précisément, il est constaté que les valeurs traditionnelles chinoises, sur lesquelles est construit le «soft power», se heurtent

*aux normes internationales existantes, ce qui pourrait mettre en péril les efforts chinois consentis dans ce domaine.*

**Mots clés:** *Chine, Confucius, hard power, Joseph Nye, soft power.*

**Abstract:** *For nearly two decades, the People's Republic of China has been working to implement its "soft power" to improve its image in the world, by investing billions of dollars to convince the world to accept its rise in power in the international system. Although China has achieved impressive results in improving its image, the fact remains that its "soft power" has not had a significant impact in Europe, North America and some Asian countries, where Beijing is still perceived as a threat. More specifically, it is established that the traditional Chinese values on which "soft power" is built, are now up against the existing international standards, which could compromise the Chinese efforts in this area.*

**Keywords:** *China, Confucius, hard power, Joseph Nye, soft power.*

---

*1-Auteur correspondant: AMKHOUKH Khaled, Email :*

[amk\\_khaled@yahoo.fr](mailto:amk_khaled@yahoo.fr)

## **Introduction:**

La République Populaire de Chine (RPC) est considérée par une grande partie d'Occidentaux comme une grande puissance économique qui vient bouleverser l'équilibre

---

géopolitique hérité de la fin de la Guerre froide. La rapidité avec laquelle la Chine faisait irruption dans les marchés mondiaux a suscité dans un premier temps l'admiration de l'Occident, s'en est suivi l'installation d'un sentiment d'inquiétude quand l'économie chinoise a pris des proportions inattendues. Aussi, une campagne de dénigrement a été orchestrée par les pays occidentaux pour ternir l'image de la Chine à travers le monde, pour éviter que Pékin ne devienne un pôle d'attraction.

Profitant du sentiment antiaméricain, né suite à l'invasion de l'Afghanistan et de l'Irak par les Etats-Unis, le Président chinois Hu Jintao, arrivé au pouvoir en 2003, a donné un rôle central au concept du soft power dans la définition de la stratégie de politique étrangère de la RPC, à l'effet notamment de promouvoir la culture chinoise et le Mandarin dans le monde, mais surtout de présenter une image pondérée de la Chine afin et de contrebalancer celle négative produite par les médias occidentaux.

Dans cet article, il sera question de la pertinence des mesures prises par les autorités chinoises dans la cadre de la mise en place de la stratégie du soft power du pays et de la capacité de Pékin à présenter au monde des valeurs tirées de sa culture ancienne qui seront acceptées comme nouveau modèle universel, voire même comme un modèle alternatif à celui en vigueur.

Pour ce faire, il sera analysée la stratégie chinoise à travers certains indicateurs à savoir les Instituts Confucius, les médias (audiovisuel et écrit), la production cinématographique, les aides au développement consenties par la RPC à ses partenaires

étrangers, la contribution du pays aux opérations de maintien de la paix des Nations Unies, ainsi que le nombre d'étudiants et de touristes étrangers en Chine.

### **I- Mise en œuvre du soft power chinois**

Le déclin qu'a connu l'Empire du Milieu, pendant toute la période allant des guerres de l'opium jusqu'à la fondation de la RPC en 1949, a fait perdre au pays son pouvoir d'attraction en tant que grande civilisation. Ce rayonnement, qui a pris des proportions planétaires, a été résumé par Montesquieu en ces termes : «aucun homme renseigné ne peut ignorer l'Empire céleste»<sup>1</sup>. Cependant, sous la direction de Mao Zedong, le pays a connu une période «florissante» en termes d'attractivité, qui s'est traduite par l'adhésion au maoïsme d'intellectuels, artistes et étudiants du monde entier, qui voyaient en Mao celui qui allait présenter une troisième voie entre le communisme russe et le capitalisme.

En 1976, Mao décède en laissant derrière lui un pays pauvre, dont la population avoisinait 950 millions de personnes et une économie qui n'arrivait plus à subvenir à leurs besoins. Cette situation qui n'était plus viable, a incité les nouveaux dirigeants du pays à adopter un autre modèle de développement appelé «l'économie du marché socialiste», qui va hisser le pays au rang des plus grandes puissances économiques mondiales.

En effet, les résultats spectaculaires obtenus par l'économie chinoise, qui a pris une place importante dans la division internationale du travail, ont donné à la Chine ses lettres de

noblesse en la matière et le pays est devenu le symbole de la réussite. Cependant, les événements de la place Tiananmen 1989, et les attaques virulentes de la part des pays occidentaux qui s'en sont suivies, ont entaché sérieusement l'image du pays à l'international. C'est donc suite à cette situation des plus inconfortables à laquelle a été confrontée la Chine que les autorités et les élites chinoises se sont penchées sur le contenu du « soft power » chinois et sur la stratégie de sa mise en œuvre.

Historiquement, il est possible de dater l'apparition en Chine du concept de soft power à la publication du premier article sur le sujet en 1993 par Wang Huning, politologue de l'université Fudan à Shanghai, qui allait devenir membre du Secrétariat du Comité central du PCC et l'un des conseillers de l'ex-président chinois Jiang Zemin (1993-2003)<sup>2</sup>, où l'auteur a identifié la culture traditionnelle chinoise (confucéenne) comme la source essentielle du soft power du pays, du fait qu'elle bénéficie d'un legs historique inestimable, empreint de valeurs morales telles que le respect de l'autorité, l'ardeur au travail, l'épargne, la frugalité, la soumission à l'autorité, la primauté de la société sur l'individu, l'attachement à la famille et l'importance accordée à l'éducation<sup>3</sup>.

Malgré les critiques et les réticences émises par des universitaires et chercheurs chinois, qui «affirment qu'il existe peu d'éléments, issus de la culture traditionnelle chinoise, à offrir au monde extérieur, en raison de ses nombreux aspects "arriérés"»<sup>4</sup>, la thèse de Wang Huning était largement partagée par la plupart des élites du pays, mais restait confinée dans les cercles intellectuels.

Dans ce contexte, le sociologue allemand Max Weber estimait que le confucianisme était un frein pour le développement du capitalisme en Chine<sup>5</sup>.

Il a fallu attendre l'arrivée au pouvoir du Président Hu Jintao pour que le soft power chinois soit mis en œuvre sur le terrain. Pour ce faire, il a réservé à ce concept l'essentiel de son discours prononcé en 2007 à l'occasion du 17<sup>ème</sup> Congrès du Parti Communiste Chinois (PCC), aux termes duquel il a déclaré que «la culture est devenue une source de plus en plus importante de cohésion et de créativité nationales et un facteur de plus en plus important dans la concurrence au niveau national (...). Nous devons suivre l'orientation de la culture socialiste avancée, susciter un nouvel essor du développement culturel socialiste, stimuler la créativité culturelle de toute la nation et renforcer la culture dans le cadre du soft power de notre pays pour mieux garantir les droits culturels fondamentaux et les intérêts de la population, enrichir la vie culturelle dans la société chinoise et inspirer l'enthousiasme du peuple pour le progrès»<sup>6</sup>. L'approche de Hu Jintao ainsi énoncée a été déclinée en slogans tels «l'émergence pacifique» et la «société harmonieuse» que la diplomatie chinoise se devait de promouvoir.

Dans le même sillage, Xi Jinping, l'actuel Président chinois s'est lui aussi engagé à donner une meilleure image de son pays, ce qui s'est traduit par le lancement du slogan le «rêve chinois». En 2014, il a déclaré : «Nous devons accroître le pouvoir de la Chine, donner un bon récit chinois et mieux

communiquer le message de la Chine au monde»<sup>7</sup>.

Les efforts déployés dans le cadre de la promotion du soft power chinois ont pour principaux objectifs de démontrer au monde que la Chine est un allié qui est en mesure de contribuer au développement de ses partenaires, de rassurer les autres pays quant aux objectifs pacifiques de la montée en puissance chinoise et, enfin, de faire contrepoids à l'hégémonie culturelle américaine essentiellement au sein même de la société chinoise.

D'un point de vue théorique, la mise en œuvre du soft power chinois est pour l'essentiel fondée sur le cadre conceptuel proposé par Joseph Samuel Nye théoricien américain des relations internationales. De manière sommaire, le professeur de Princeton définit le soft power comme la «dynamique créée par une nation par laquelle d'autres nations cherchent à l'imiter, à se rapprocher d'elle et à aligner leurs intérêts en conséquence»<sup>8</sup>. Selon le professeur Nye, la persuasion doit être un instrument pour réaliser des objectifs de politique étrangère et doit s'exercer sans contraintes économique et militaire. Deux différences fondamentales sont à relever entre les deux approches. En effet, le PCC privilégie l'orientation de la stratégie chinoise plus vers l'intérieur du pays que vers l'extérieur dans le but de renforcer la cohésion nationale, d'une part, et inclut les leviers économiques (commerce, aide et investissement) comme source essentielle de sa stratégie de soft power, d'autre part.

## II- Les moyens dédiés au soft power chinois

---

Même si les autorités chinoises communiquent peu sur les finances consacrées à la promotion de son «soft power», des estimations ont été avancées pour évaluer sommairement ce budget à hauteur de plusieurs milliards de dollars par année. Plus précis, le sinologue américain de l'Université George Washington, David Shambaugh, estime ces fonds à environ 10 milliards de dollars<sup>9</sup>.

Outre la mise en place des moyens financiers, les dirigeants chinois ont opté pour l'ouverture à travers le monde de structures appelés Instituts Confucius (IC), dont le premier a été inauguré à Séoul fin 2004. Placés sous la tutelle du Ministère de l'Éducation, ces Instituts enseignent le mandarin, la culture et l'histoire chinoise et organisent des activités, telles que la calligraphie, la médecine traditionnelle et la cuisine<sup>10</sup>, en plus des échanges culturels en partenariat avec les universités, les établissements scolaires (collège ou lycée) et les structures culturelles des lieux d'implantation. Fin décembre 2017, 525 Instituts Confucius et 1.113 classes Confucius sont disséminés dans 146 pays, sachant qu'en 2011, ils n'étaient que 358 dans 105 pays<sup>11</sup>. Cependant, en l'absence de mécanismes d'évaluation appropriés, il est quasiment impossible de déterminer l'efficacité de ces instituts avec précision. En effet, les avis divergent quant à l'efficacité de ces Instituts, et il est relevé que d'une manière générale, les analystes occidentaux estiment que ces Instituts sont des instruments de propagande aux mains du PCC<sup>12</sup>, alors que du côté chinois ces IC sont un vecteur qui contribue efficacement au rayonnement de la

culture chinoise.

Pour faire contrepoids à l'hégémonie des médias occidentaux, Pékin s'est dotée de moyens afin de présenter, à l'intérieur comme à l'extérieur du pays, une meilleure image de la RPC. Aujourd'hui, la Chine possède une panoplie diversifiée d'organes d'information, dont les plus importants sont le «Réseau central de radio et de télévision»<sup>13</sup>, le Quotidien du Peuple, le Global Times et l'Agence de presse Xinhua, qui diffusent les informations en plusieurs langues pour toucher un plus large public<sup>14</sup>. L'agence Xinhua fournit même, gracieusement ou à un très bas prix, des informations à certains médias démunis de moyens, en Afrique et en Amérique latine<sup>15</sup>.

Le domaine cinématographique a également fait l'objet de beaucoup d'attention de la part du PCC en avril 2018, le gouvernement chinois a inauguré une gigantesque «Cité du cinéma», s'étalant sur 376 hectares, dont le coût de construction est estimé à 6,5 milliards d'euros. Selon le conglomérat privé chinois 'Wanda', ce projet est «le plus grand investissement de l'histoire mondiale dans le secteur du cinéma et de la télévision»<sup>16</sup>. Cet intérêt est perceptible dans la production cinématographique qui, en l'espace de dix ans (2005-2015), a vu ses chiffres quasiment tripler, en augmentant de 260 à 686 films<sup>17</sup>, avec cependant un succès assez limité à l'étranger, en raison du fossé culturel et linguistique entre la Chine et les régions extra-asiatiques. Il est à signaler que seuls 39 films étrangers ont été diffusés dans les salles de cinémas chinoises, en 2017<sup>18</sup>.

Le rayonnement de la RPC passe également par la mise en place de programmes d'aides au développement, comprenant en général des subventions et des prêts sans intérêts et à des conditions préférentielles. Ces aides trouvent leur traduction à grande échelle, dans le cadre de l'initiative chinoise «la Ceinture et la Route» ou «la nouvelle route de la soie», initié par le Président Xi Jinping en 2013, dont le budget est estimé à 890 milliards de dollars, pour relier l'Asie, l'Europe et l'Afrique par une route terrestre et une voie maritime, ponctuées par 900 projets d'infrastructure (ports, infrastructures de télécommunication, etc.), implantés dans 60 pays<sup>19</sup>. Selon Dominique de Villepin, homme politique, diplomate, écrivain et avocat français, la nouvelle route de la soie, «est devenue en cinq ans le pilier de la diplomatie chinoise pour s'ouvrir au monde»<sup>20</sup>.

Pékin octroie également des aides pour soutenir les opérations de maintien de la paix dans le monde, sous l'égide de l'Organisation des Nations-Unies (ONU). En 2018, la Chine (10,30%) s'est classée à la deuxième place après les Etats-Unis (28,50%) dans le classement mondial des pays contributeurs au budget de ces opérations, devançant ainsi le Japon (9,70%), l'Allemagne (6,40%), la France (6,30%) et le Royaume Uni (5,80%)<sup>21</sup>. Avec un effectif de 2.634 personnes en 2018, la Chine est considérée comme l'un des plus importants pourvoyeurs en personnels pour le maintien de la paix sous l'égide de l'ONU<sup>22</sup>. A travers ces différentes formes d'aides, les dirigeants chinois cherchent notamment à démontrer au reste du monde que leur pays est une

puissance responsable<sup>23</sup>.

L'attractivité de la Chine est visible à travers ses universités et instituts de formation, qui sont devenus une destination de plus en plus prisée par les étudiants étrangers. En 2017, 489.200 étudiants internationaux ont suivi des études en Chine, chiffre en augmentation d'environ 10% par rapport à l'année précédente<sup>24</sup>. Le gouvernement chinois a accordé en 2017 des bourses à 58.600 étudiants étrangers issus de 180 pays. Selon un rapport publié par le Centre pour la Chine et la mondialisation, 544.500 étudiants chinois ont poursuivi en 2016 leurs études à l'étranger<sup>25</sup>. Le haut niveau des universités chinoises est attesté par le classement de Shanghai de 2018, où figurent trois universités chinoises parmi les 100 premières et cinquante-et-un dans le top 500<sup>26</sup>.

Dans le domaine touristique, les Chinois ont effectué 5 milliards de voyages en Chine et 131 millions de voyages à l'étranger en 2017, soit une croissance respective de 12,8% et de 7%. La même année, 139 millions de touristes étrangers ont visité la Chine, représentant une hausse de 0,8% par rapport à 2016. La Chine est la quatrième destination des touristes au monde après la France, l'Espagne et les Etats-Unis. Le tourisme contribue à générer en Chine environ 80 millions d'emplois<sup>27</sup>.

L'émergence de la RPC comme puissance économique a rendu nécessaire l'apprentissage du mandarin perceptible notamment dans les pays d'Asie<sup>28</sup>. Le nombre de personnes apprenant le

chinois dans le monde est estimé à 100 millions en 2017<sup>29</sup> alors qu'il était d'environ 30 millions en 2006<sup>30</sup>.

Selon une étude effectuée en 2016 par le Professeur Kai Chan, chercheur à l'Institut européen d'administration des affaires, les langues les plus influentes dans le monde, non pas les plus parlées, sont par ordre décroissant l'anglais, le mandarin, le français, l'espagnol, l'arabe, le russe, l'allemand le japonais, le portugais et enfin le hindi<sup>31</sup>. S'agissant d'internet, les dix langues les plus utilisées, jusqu'au 31 décembre 2017, sont par ordre décroissant l'Anglais (27%), le chinois (24%), l'espagnol (8%), le japonais (5%), l'allemand (4%), le Portugais (4%), l'arabe (3%), le coréen (2%), le français (3%) et le russe (3%)<sup>32</sup>.

La Chine rayonne également par son art culinaire et arrive même à rivaliser avec la cuisine française. Quant à l'influence à l'étranger des artistes, sportifs et hommes de lettres chinois, elle est minime.

### **III- La Chine : entre partenaire et menace potentielle**

Hormis la puissance économique de la RPC qui fait peur aux pays développés, dont les parts de marché s'amenuisent d'année en année au profit des firmes chinoises, les différends territoriaux maritimes en Mer de Chine sont une source non négligeable de déstabilisation de cette partie du monde. En effet, en Mer de Chine Méridionale, chacun des pays, à savoir la RPC, Taïwan, le Vietnam, les Philippines, la Malaisie et le Brunei, réclame sa souveraineté sur une partie, voire la totalité, des îles, îlots et récifs situés dans cette zone, essentiellement au regard de la position

stratégique de ces archipels, où transite environ 30% du commerce maritime international, et aux ressources énergétiques et halieutiques dont regorge cette Mer. En 2009, la RPC a déposé auprès de l'ONU une carte, élaborée par le gouvernement chinois en 1947, appelée également «la langue de bœuf», qui délimite par neuf traits une zone représentant 80% de la mer de Chine méridionale, sur laquelle la Chine réclame sa souveraineté<sup>33</sup>.

Un autre conflit territorial oppose depuis les années 1970 la RPC au Japon sur les îles Senkaku/Diaoyutai en Mer de Chine Orientale, revendiquées également par Taïwan. Ces différends constituent la principale cause des tensions entre les Etats de la région, qui font appel aux Etats-Unis pour faire contrepoids à la puissance militaire chinoise, considérée comme une menace potentielle à leur souveraineté.

Sur la perception de la menace chinoise, le sondage effectué en 2017 par Pew Research Center, un centre de recherche américain, a fait ressortir que 47% des citoyens interrogés dans sept pays d'Asie et du Pacifique à savoir l'Australie, la Corée du Sud, l'Inde, l'Indonésie, le Japon, les Philippines et le Vietnam, considèrent la Chine comme une menace majeure, alors que 35% ont estimé que les Etats-Unis peuvent également constituer une menace majeure pour leurs pays. En dehors des deux régions d'Asie et du Pacifique, 27% des populations sondées en moyenne considèrent la Chine comme une menace majeure pour leurs pays<sup>34</sup>, cette tendance défavorable est perceptible en Europe, en

Amérique du Nord et dans certains pays en Asie tels que le Japon, le Vietnam et la Corée du Sud, alors que les opinions en faveur de Pékin sont plus visibles au Pakistan, en Russie, en Indonésie, en Afrique et en Amérique latine<sup>35</sup>.

Dans un autre sondage effectué par Pew Research Center, 38% des Américains ont en 2018 une opinion favorable sur la Chine, en déclin par rapport à l'année précédente où il a été enregistré 44% d'avis favorable. D'après ce sondage, les Américains seraient plus préoccupés par l'augmentation de la puissance économique de la Chine que sa puissance militaire<sup>36</sup>.

Quant aux statistiques publiées sur les 30 pays dont le soft power est le plus efficace, la Chine se classe à la 30<sup>ème</sup> place en 2015 et au 28<sup>ème</sup> rang mondial en 2016. En 2017, elle se classe à la 25<sup>ème</sup> place et en 2018, au 27<sup>ème</sup> rang mondial perdant ainsi deux places. A titre comparatif, les Etats-Unis sont classés en 2018 à la 4<sup>ème</sup> place mondiale<sup>37</sup>.

## Conclusion

Les efforts déployés par Pékin dans le cadre du déploiement de sa stratégie de soft power pourraient être considérés comme mitigés, en ce sens qu'il est constaté une dichotomie planétaire quant aux rapports développés vis-à-vis de ce géant asiatique. Cependant, nous considérons que cette situation joue plutôt en faveur de la Chine, dont les efforts déployés ont fini par semer le doute sur une éventuelle «menace chinoise» dans une partie non négligeable de la planète, même si de manière générale il

s'agit de pays émergents et pauvres. En effet, si une partie des données statistiques, généralement les plus médiatisées, mettent en exergue les appréhensions de l'Occident et de certains pays d'Asie et du Pacifique<sup>38</sup> concernant la montée en puissance de la Chine, l'autre partie des statistiques souligne, quant à elle, que cette peur est quasiment inexistante en Afrique, en Amérique latine et dans bon nombre de pays asiatiques, où Pékin est considéré comme un partenaire fiable et incontournable.

Toutefois, il est constaté que c'est l'embellie financière du pays qui offre aux autorités chinoises les moyens d'augmenter les aides aux Etats en voie de développement, de garantir une autonomie stratégique de décision et par conséquent de tenir tête aux Etats-Unis. L'origine de l'attrait des régions extra-occidentales pour la Chine relèverait donc davantage de l'anti-américanisme que de la fascination vis-à-vis du modèle de développement économique chinois, considéré comme «trop contraignant pour être appliqué en dehors de l'Asie»<sup>39</sup>. En effet, il est évident que la puissance économique chinoise s'est traduite en puissance politique, cependant Pékin n'a pas encore augmenté ses capacités de manière suffisante pour constituer un pôle fédérateur pouvant mener une action politique pour influencer l'orientation de l'agenda du système international, comme pourrait le faire Washington. L'incorporation par les Chinois de l'économie dans le concept de «soft power» suscite des questions quant à l'avenir de l'attraction dont jouit actuellement la Chine si ses ressources financières venaient à s'amenuiser.

La politique de non-ingérence dans les affaires intérieures des autres Etats menée par la RPC, les relations «gagnant-gagnant» qu'elle met en place avec ses partenaires, ainsi que le multilatéralisme qu'elle prône afin de réduire l'influence des puissances occidentales, sont des aspects de premier ordre qui concourent au rayonnement de la RPC. D'autres attitudes militent en faveur d'une Chine conciliante, dont on citera sa contribution dans le cadre des opérations de maintien de la paix de l'ONU, outre le fait que l'Empire du milieu n'a historiquement jamais été une puissance conquérante au sens occidental.

A travers les différentes actions entreprises, la Chine cherche la reconnaissance de la communauté internationale en tant que pays responsable, ce qui aura pour effet d'atténuer l'idée qu'elle pourrait être une menace pour les autres nations, notamment ses voisins. Sur ce dernier point justement, une opportunité inespérée vient de se présenter devant les autorités chinoises qui sont en train d'exploiter l'agressivité de la politique étrangère menée par l'Administration du Président Donald Trump, traduite notamment par le retrait des Etats-Unis de certains accords internationaux, des décisions qui n'ont pas manqué de plonger la communauté internationale dans l'incertitude.

Les efforts chinois pourraient être vains si des solutions concertées avec toutes les parties concernées ne sont pas trouvées aux différends territoriaux existant en mer de Chine. Ces litiges,

qui déstabilisent cette région et incitent parfois à la mise en avant du hard power, constituent un véritable frein à l'attractivité de Pékin et sont instrumentalisés par ses détracteurs pour alimenter le concept de la «menace chinoise».

Par ailleurs, au regard du manque de rayonnement des valeurs de la culture traditionnelle chinoise, qui se heurtent aux normes internationales existantes, il ressort que l'objectif recherché par les dirigeants chinois n'est pas de faire découvrir la culture chinoise au monde, mais plutôt de réconcilier le peuple chinois avec sa propre culture, qui a fait l'objet d'attaques virulentes lors de la mise en œuvre de la «grande révolution culturelle prolétarienne » par Mao Zedong en aout 1966. Ce dernier a incité les chinois à lutter contre les «quatre vieilleries» en l'occurrence la «vieille culture», les «vieilles coutumes», les «vieilles habitudes» et les «vieilles idées».

En comparaison avec le niveau de rayonnement atteint par les pays occidentaux, la stratégie de soft power chinoise, pour laquelle d'importants fonds ont été consacrés, serait encore dans sa phase d'apprentissage qui devrait se prolonger dans le temps. Il est également constaté que la Chine reste plus influencée par la culture occidentale que l'inverse, c'est ce qui explique l'orientation de la stratégie de soft power chinoise davantage vers l'intérieur du pays que vers l'international.

A l'heure actuelle, il est constaté que la Chine n'est pas considérée comme un modèle dans les domaines politique et culturel,

contrairement à son économie qui reste sa véritable source de rayonnement et d'influence. Aussi, il paraît peu probable que Pékin soit en mesure, dans un avenir prévisible, de proposer un modèle à même de modifier ou même d'évoluer en parallèle avec le modèle occidental en vigueur. Cette incapacité ne pourrait être un prétexte pour condamner la Chine à être une nation de hard power, ni pour dresser un constat d'échec des efforts qu'elle déploie dans le cadre de son soft power.

### Liste Bibliographique:

1. Stéphanie BALME, *La Tentation de la Chine: Nouvelles idées reçues sur un pays en mutation*, Editions le Cavalier Bleu, Paris, 2013.
2. Wu YOU, "The Rise of China with Cultural Soft Power in the Age of Globalization", *Journal of Literature and Art Studies*, mai 2018, Vol. 8, n° 5, pp 763-778.
3. Eric Nguyen, *L'Asie géopolitique: de la colonisation à la conquête du monde*, Editions Jeunes Editions, Paris 2006.
4. Ibid.
5. Marcel Granet, *La Pensée chinoise*, Editions Albin Michel, Paris 1999.
6. Hu JINTAO, *Hold High the Great Banner of Socialism with Chinese Characteristics and Strive for New Victories in Building a Moderately Prosperous Society in all*, rapport du 17<sup>ème</sup> Congrès national du PCC, 15 octobre 2007.
7. Stéphanie BALME, *L'impuissance paradoxale du 'soft power' de la Chine post-Mao*, Sciences Po - CERJ, 2013, pp.1-18.
8. Ibid.
9. Wai-Chung HO, *Culture, Music Education, and the Chinese Dream in Mainland China*, Editions Springer, New York, 2018.

10. Wei-Shen SIOW, «China's Confucius Institutes : Crossing the Rivers by Feeling the Stones», in Asia Pacific Bulletin, Honolulu, East-West Center, janvier 2011, n° 91.
11. Baudouin ESCHAPASSE, « Confucius au service de la diplomatie culturelle chinoise », Le Point, 07 mars 2018.
12. Terry FLEW et Falk HARTIG, «Confucius Institutes and the Network : Communication Approach to Public Diplomacy», The IAFOR Journal of Asian Studies, Volume I, Numéro I, Hiver 2014.
13. Simon LEPLATRE, «Pékin crée un super-média d'Etat pour porter la 'Voix de la Chine'», Le Monde, 22 mars 2018.
14. «Xinhua lance son application d'actualités en anglais », Xinhua, 23 janvier 2018.
15. Herman Wasserman (S/D), Reporting China in Africa: Media Discourses on Shifting Geopolitics, Editions, Routledge, Londres, 2015.
16. La Chine a désormais son Hollywood, Le point, 28 avril 2018.
17. Indicateurs pour l'industrie du cinéma, 6 avril 2017. Document disponible sur le site <http://uis.unesco.org/fr/news/indicateurs-pour-lindustrie-du-cinema>, consulté le 9 aout 2019.
18. Patrice Poujol, Online Film Production in China Using Blockchain and Smart Contracts: The Development of Collaborative Platforms for Emerging Creative Talents, Editions Springer, New York, 2019.
19. John Joshua, China's Economic Growth: Towards Sustainable Economic Development and Social Justice. Volume I: Domestic and International Economic Policies, Editions, Palgarve Macmillan, 2017.
20. Dominique DE VILLEPIN, «Stratégie d'influence et affirmation de la puissance chinoise», Revue Défense Nationale n°811 – juin 2018, pp-18-26.
21. China's Role in UN Peacekeeping, Institute for Security & Development Policy, mars 2018. Document disponible sur le site

<http://isdpeu/publication/chinas-role-un-peacekeeping/>, consulté le 28 septembre 2019.

22. Ibid
23. Yong DENG, «China : The Post-Responsible Power», in *The Washington Quarterly*, Vol. 37, No. 4, hiver 2015, pp. 117–132.
24. Growing number of foreign students choosing to study in China for a degree across multiple disciplines, 03 avril 2018, [http://en.moe.gov.cn/News/Top\\_News/201804/t20180403\\_332258.html](http://en.moe.gov.cn/News/Top_News/201804/t20180403_332258.html), consulté le 18 juillet 2019.
25. [http://en.moe.gov.cn/News/Top\\_News/201804/t20180403\\_332258.html](http://en.moe.gov.cn/News/Top_News/201804/t20180403_332258.html), Op cit.
26. Academic Ranking of World Universities 2018. Document disponible sur le site [http://www.shanghairanking.com/ARWU\\_2018.html](http://www.shanghairanking.com/ARWU_2018.html), consulté le 25 juillet 2019.
27. « Hausse des marchés chinois du tourisme entrant et sortant en 2017 », Xinhua, 27 juin 2018.
28. Mohamed Benrabah, *Devenir langue dominante mondiale : un défi pour l'arabe*, Editions Librairie Droz, 2009, p-88.
29. «Mandarin is now rapidly becoming a global language», *China Daily*, 13 octobre 2017.
30. Mohamed Benrabah, op.cit.
31. Kai L. CHAN, *Power language index : Which are the world's most influential languages*, mai 2016.
32. OdedShenkar, *YadongLuo, Tailan Chi International Business*, Editions Routledge, Londres, 2015.
33. Delphine O et Jean-Luc Reitzer, *Rapport sur les enjeux stratégiques en mer de Chine méridionale*, 10 avril 2019, Assemblée Nationale française.
34. Laura SILVER, *How people in Asia-Pacific view China*, 16 octobre 2017. Document disponible sur le site

<http://www.pewresearch.org/fact-tank/2017/10/16/how-people-in-asia-pacific-view-china/>, consulté le 25 aout 2019.

35. Eleanor ALBERT, op.cit.
36. Richard WIKE etKat DEVLIN, As Trade Tensions Rise, Fewer Americans See China Favorably, Pew Research Center, 26 aout 2018. Document disponible sur le site <http://www.pewglobal.org/2018/08/28/as-trade-tensions-rise-fewer-americans-see-china-favorably/>, consulté le 20 aout 2019.
37. Jonathan MCCLORY, The Soft Power 30: Global Ranking of Soft Power 2018, USC Center on Public Diplomacy, Portland, 2018.
38. Laura SILVER, op.cit.
39. Yves Tiberghien, L'Asie et le futur du monde, Editions SciencesPo Les Presses, Paris, 2012.