

Soft Power 软实力



Chine : la renaissance d'une grande puissance

EPFL

Origines

- ▶ Le concept est créé par Joseph Nye en 1990 dans son ouvrage «Bound to Lead».
- ▶ Joseph Nye est un politologue, un professeur d'université et un homme politique américain. Il a obtenu son doctorat à Harvard, université pour laquelle il est aussi actuellement enseignant. En tant qu'homme politique, il a notamment été sous-secrétaire d'Etat sous Carter et secrétaire-adjoint pour la défense sous Clinton entre 1994 et 1995.
- ▶ Ce dernier théorise l'idée de *soft power* en 1990 dans un contexte de guerre entre les Etats-Unis et l'Irak. Au moment où il conceptualise cela, les Etats-Unis ont donc une image désastreuse, mais l'idée est déjà largement répandue et utilisée par les Anglais au 19^{ème} siècle à travers l'influence de leur culture, de la littérature et de certaines notions comme le *fair-play*.

Définition du *soft power*

- Le *soft power*, c'est l'idée qu'un pays peut influencer les décisions d'un acteur, étatique notamment, par la cooptation au lieu d'avoir recours à la coercition ou à l'incitation. Elle s'oppose donc à tous ces moyens de contraintes qu'on nomme, eux, *hard power* (principalement les moyens militaires et économiques).
- Le *soft power* prend du temps et ne s'impose pas. Il semble passif. C'est donc un outil de diplomatie et il fonctionne par l'attrait qu'un pays peut avoir pour un autre.
- Il sépare les pouvoirs en 3 secteurs identifiables :
 - **1. Les ressources militaires;**
 - **2. Les ressources économiques;**
 - **3. Les ressources intangibles.**

Suite...

- ▶ Quelques citations tirées de « *Soft Power : The Means to Success in World Politics* » de Joseph Nye pour mieux comprendre sa vision du *soft power*:
 - ▶ « La capacité d'obtenir ce que l'on veut par la séduction ou l'attrait plutôt que par la coercition. »
 - ▶ « Il peut être développé par des alliances, des aides économiques et des échanges culturels. »
 - ▶ « Le résultat est une opinion publique plus favorable et une crédibilité à l'étranger. »



But et intérêts

- Améliorer son image, pas seulement auprès des personnes influentes, mais auprès de l'opinion publique.
- Outil diplomatique pour valoriser surtout son image à l'étranger. La cible de cette stratégie se trouve donc le plus souvent à l'extérieur du pays.
- Dans certains cas, comme pour la Chine notamment, la cible peut aussi être interne. Ce processus peut, à terme, renforcer la cohésion d'un pays, l'idée d'une unité nationale.
- Parvenir à mêler le *soft power* et le *hard power* afin d'obtenir le **smart power**, garant d'une plus grande pérennité pour un Etat.



Outils du *soft power*

- ▶ L'intérêt pour un pays passe souvent par l'exportation de sa culture ou de sa langue (instituts de langue ou instituts culturels).
- ▶ Les arts, la littérature et le cinéma en tête, sont des vecteurs classiques du *soft power*.
- ▶ Le sport ainsi que les grands événements qui y sont liés sont aussi des éléments importants.
- ▶ Les monuments (UNESCO) et le patrimoine national sont eux aussi des outils pour influencer l'image.



As we think of power in the 21st century, we want to get away from the idea that power's always zero sum — my gain is your loss and vice versa. Power can also be positive sum, where your gain can be my gain.

— Joseph Nye —

AZ QUOTES

Soft power: les dix pays les plus influents

Classement d'après une étude de l'USC Center on Public Diplomacy

RANG	2017	2016	2015
1	France	Etats-Unis	Royaume-Uni
2	Royaume-Uni	Royaume-Uni	Allemagne
3	Etats-Unis	Allemagne	Etats-Unis
4	Allemagne	Canada	France
5	Canada	France	Canada
6	Japon	Australie	Australie
7	Suisse	Japon	Suisse
8	Australie	Suisse	Japon
9	Suède	Suède	Suède
10	Pays-Bas	Pays-Bas	Pays-Bas

I.CAUDULLO. SOURCE: USC CENTER ON PUBLIC DIPLOMACY

Les grands gagnants du soft power

- Certaines nations possèdent déjà des éléments valorisants sur lesquels s'appuyer pour augmenter leur image à l'étranger. En sont-ils vraiment responsables ?
- D'autres doivent en revanche les inventer. Est-ce possible ?



Soft Power en Chine

- ▶ L'intérêt en Chine pour ce concept est assez récent, il date du Président Hu Jintao en 2007 lors du 17^{ème} Congrès National :
 - ▶ « La culture est devenue de plus en plus la voie d'une cohésion nationale, de la créativité et le signe d'une croissance dans la compétition entre les forces nationales »
- ▶ Cet effort précède de peu 2008, choc de la flamme olympique. Premier grand événement de *soft power*, les Jeux marquent à la fois le rayonnement de cette nouvelle Chine et un moment de protestations contre sa politique, notamment par rapport au Tibet (manifestations en France et en Grande-Bretagne).
- ▶ Un effort est entrepris dès cette période pour développer les médias, la littérature, l'art et Internet.

1. Les médias et leur rôle

- ▶ Le développement des médias internes et internationaux est un outil indispensable.
- ▶ Quelques exemples :
 - ▶ Presse écrite: *Quotidien du peuple (Xinhua), China Daily, China News Service, South China Morning Post (Alibaba Group)*.
 - ▶ CRI, troisième radio du monde, environ 40 langues, partenaires de près de 150 radios dans le monde.
 - ▶ CCTV et CCTV-F, une internationalisation de CCTV.
- ▶ La plupart des agences de presse sont aujourd'hui présentes dans plusieurs types de médias. Ex. : *Xinhua* a créé fin 2009 sa chaîne CNC World. Elle est aussi présente sur internet et a plus de 120 bureaux à l'étranger et 400 correspondants.



Exemple des médias chinois en Afrique

- En 2006, China Radio International (CRI) commence à émettre à Nairobi, alors que la *Nouvelle Agence Xinhua* a ouvert une vingtaine de bureau sur le continent.
- La télévisions *Xinhua CNC World* commence à émettre dès début 2011 pour plus de 4 millions de téléspectateurs par câble ou satellite. (...)
- En janvier 2012, la CCTV établit CCTV Africa à Nairobi et crée le même mois le magazine *ChinAfrica* dans ses bureaux de Johannesburg.
- En décembre 2012, le *China Daily*, le plus important journal chinois en langue anglaise, lance sa première version africaine.



Evénements médiatiques récents

- **Médiatisation des grands événements ces dernières années:**
 - Pékin, JO 2008
 - Tremblement de terre de Wenchuan (Sichuan), 2008
 - Exposition Universelle de Shanghai, 2010
 - G20 à Hangzhou, 2016

2. La diplomatie et l'entraide

► **Diplomatie :**

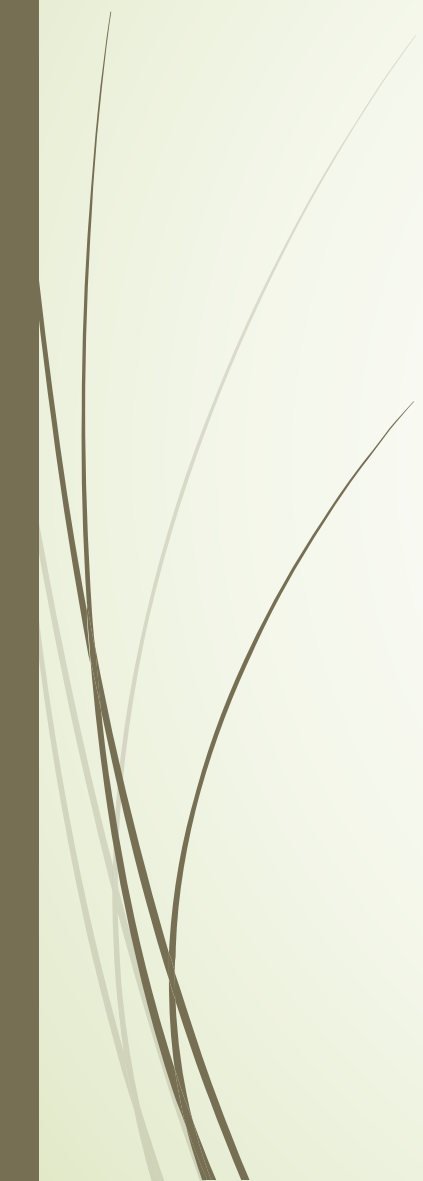
- Les concepts existent : le rêve chinois (*zhongguomeng*, 中国梦), le *soft power* (*ruanshili*, 软实力), le *smart power* (*qiaoshili*, 巧实力);
- Multiplication des invitations officielles et des voyages à l'étranger (ex. : tournée africaine en 2018);
- Nombreux accords internationaux ou bipartites signés ces dernières années.

► **Aides économiques :**

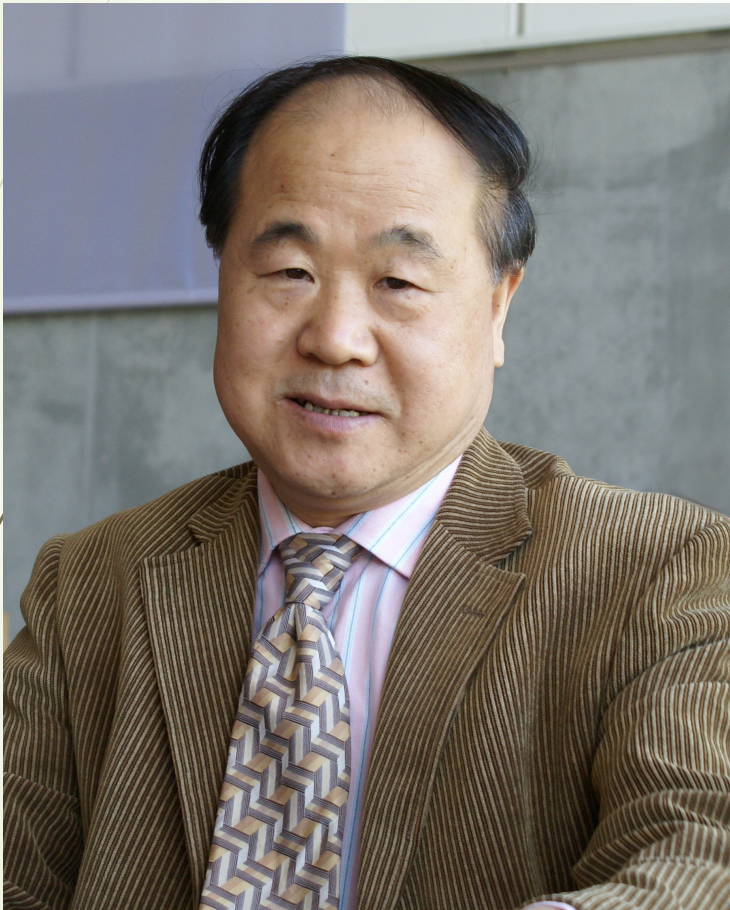
- Aides financières et projets de coopération;
- Bourses d'études;
- Jumelages et investissements dans des opérations culturelles.



3. Les éléments culturels

- ▶ La Chine s'exporte dans plusieurs domaines artistiques et culturels :
 - ▶ La littérature et les beaux arts;
 - ▶ Le cinéma;
 - ▶ La musique;
 - ▶ Les pratique traditionnelles (arts martiaux, MCT);
 - ▶ Le sport;
 - ▶ La langue à travers les Instituts Confucius.
- 

Ecrivains, les récompenses internationales



Mo Yan 莫言, Prix Nobel en 2012



Gao Xingjian 高行健, Prix Nobel en 2000



Peinture traditionnelle ou contemporaine

- ▶ La peinture chinoise s'exporte à l'étranger. Elle va des *Guohua* (peintures chinoises traditionnelles) que l'on retrouve dans les musées à des artistes contemporains comme Yue Minjun 岳敏君.

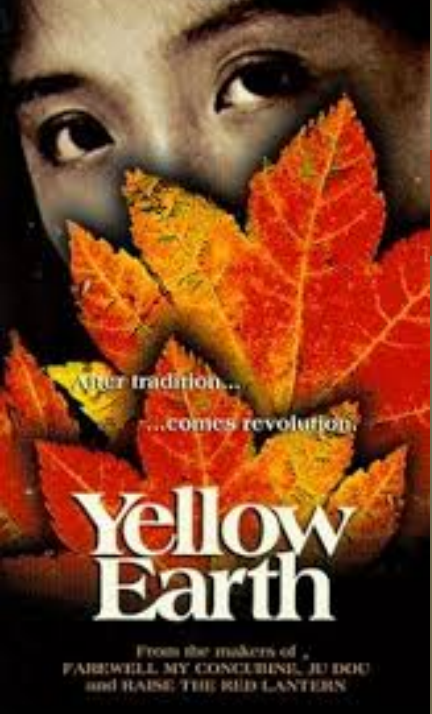


798
(Beijing) et
M50
(Shanghai)



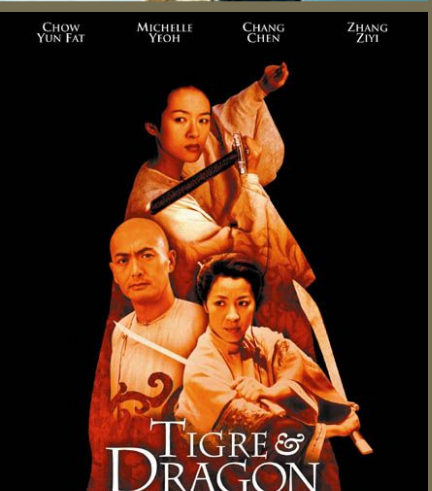
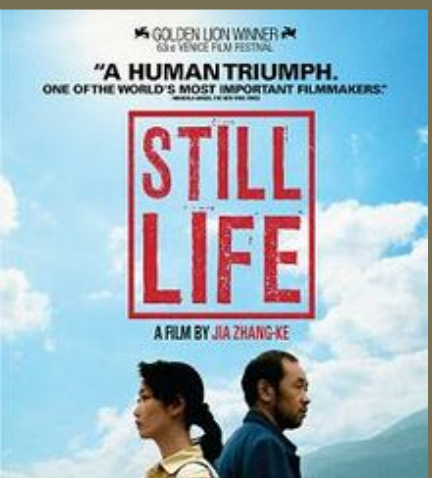
Le cinéma chinois, un genre propre ?

- ▶ Le cinéma chinois a une histoire longue, même si son avènement pour une majorité du grand public se situe entre les années 50 et 80 avec **les films d'arts martiaux hongkongais ou de cape et d'épée** (*wuxiapian*) de la fameuse **Shaw Brothers**



Vers une reconnaissance internationale dans les festivals

- Dès le début des années 80, le cinéma de la « 5^{ème} génération » de cinéastes chinois, mené par Chen Kaige et Zhang Yimou notamment, s'impose dans des festivals avec des films engagés aux thématiques souvent sociétales ou parfois un peu décalés comme *Terre Jaune* ou *Vivre !*.



Vers une internationalisation

- En marge de ces deux types de cinéma et parfois même à la convergence, un cinéma international de divertissement s'est développé dès la fin des années 70 et le début des années 80 à travers de grandes figures du cinéma de genre, comme Bruce Lee, Jackie Chan ou encore Jet Li.
- Dans les années 90 et 2000, des films comme *Tigre et Dragon* ont permis au cinéma chinois de toucher véritablement un public plus large, même si dans ce cas, il s'agit d'une coproduction sino-américano-taiwanaise.
- Enfin, un cinéma plus « underground » s'est aussi imposé avec des réalisateurs comme Jia Zhangke et son fameux *Still Life*.
- Depuis, Hollywood et la Chine multiplie les collaborations avec des « films-produits ».

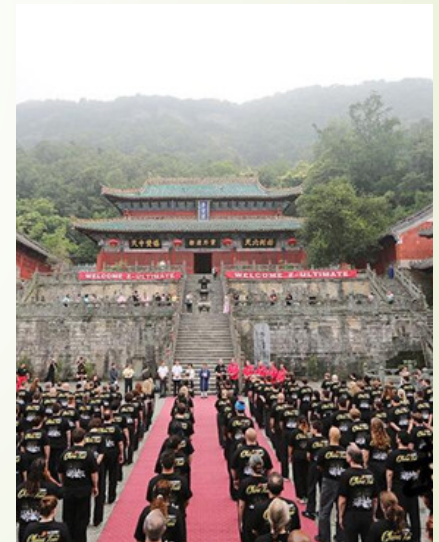
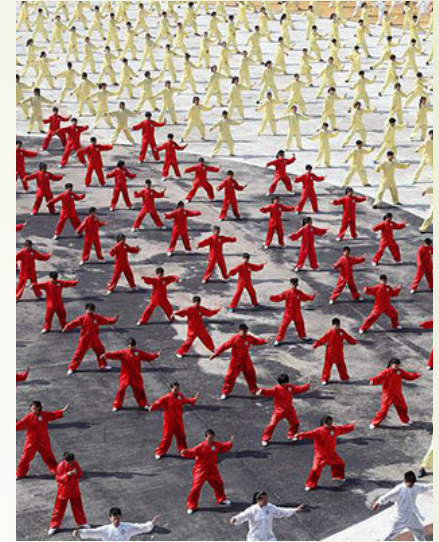


La pop chinoise

- ▶ La variété chinoise suit le modèle de la J-pop et de la C-pop, plutôt populaire en Chine, avec un succès souvent inégal.
- ▶ Il existe une scène qui propose une musique plus proche des courants mondiaux avec du rock, du rap ou même de la musique électronique. Bien que souvent populaire en Chine et dans les diasporas, elle ne s'exporte pas vraiment pour autant.
- ▶ Le plus gros succès chinois reste sans doute *Xiaopinguo* du groupe Chopstick Brothers en 2014. Ils reprennent dedans la recette qui ont réussi en Corée par exemple.

La pratique et le diffusion des arts martiaux

- Les arts martiaux chinois ainsi que les lieux mythiques qui y sont associé participent beaucoup à l'imaginaire des étrangers.
- Plusieurs formules existent pour visiter ces écoles prestigieuses à Shaolin ou à Wudang. Cela va du stage d'initiation à des programmes complets de 5 ans financés par des bourses chinois.
- La plupart de ces pratiques séculaires se standardisent et deviennent des sports à part entière comme le wushu ou le taiji.





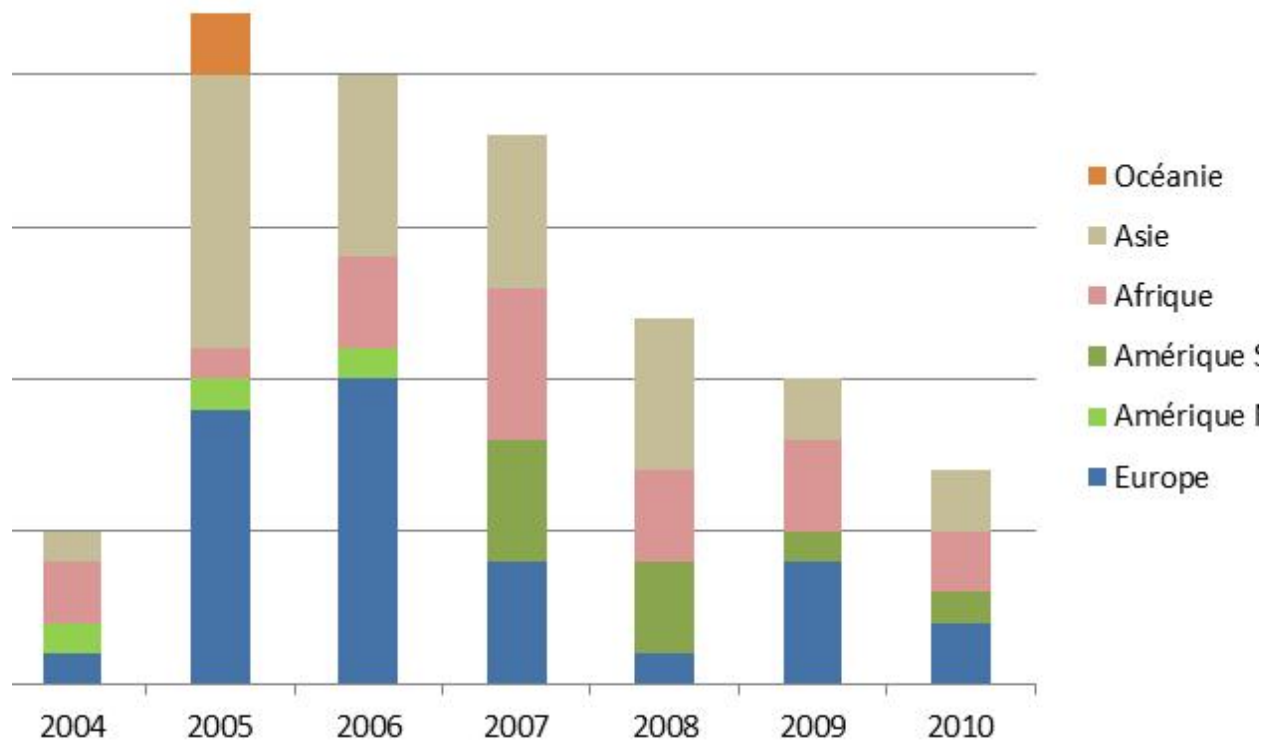
Le sport et le *soft power*

- Les sportifs chinois sont parmi les meilleurs au monde.
- Lors des JO, la Chine occupe souvent les premiers rangs (1^{ère} en 2008, 2^{ème} en 2012 et 4^{ème} en 2016).
- Elle adopte ou subit pourtant souvent la mode des sports étrangers plus qu'elles n'arrivent à imposer les siens. On peut notamment penser au succès du basketball ou à celui du football en Chine.

Le cas des Instituts Confucius

- **La diffusion des Instituts Confucius et leur rôle dans la stratégie chinoise :**
 - Etablissements culturels publics à but non lucratif, ils sont liés à des universités locales à l'étranger et ils possèdent un directeur chinois et un directeur local;
 - Li Changchun, le responsable chinois de la propagande les considère ouvertement comme un élément de son dispositif, ce qui rend pour certains discutable leur valeur académique;
 - Ils organisent aussi des conférences ou des événements culturels;
 - Près de 511 instituts dans 140 pays en 2017;
 - Avec la mode du chinois et les cours qu'ils proposent, ils ont sensiblement aidé à augmenter le nombre de sinisants, par exemple en France.

Déploiement des Instituts Confucius par date d'implantation du 1er institut dans un pays



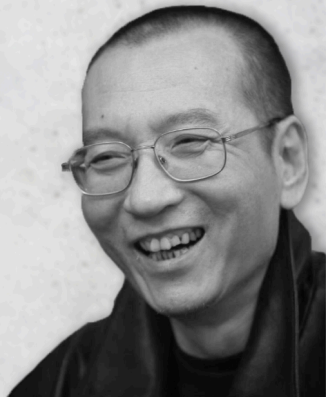


Les obstacles et les limites

- Le problème du manque de libertés individuelles et les critiques sur les droits de l'homme.
- Une communication politique et diplomatique souvent maladroite ou d'un autre temps.
- Une culture souvent peu accessible : poésie, théâtre, programmes de CCTV .
- Des modèles culturels extérieurs trop forts (USA, Japon, Corée du Sud) qui acculturent les jeunes et deviennent caricaturaux si quand la Chine tente de les imiter.
- La difficulté à trouver un modèle propre et le risque de vouloir répondre à des attentes qui ne sont pas réelles (images d'Epinal).

Politique et mauvaise image

- Plus que l'absence de démocratie, la répression d'artistes ou d'acteurs politiques est un véritable frein à l'étranger.
- Le Tibet et le Xinjiang ne favorisent pas non plus l'opinion publique.



“

THERE IS NO FORCE THAT CAN PUT AN END TO THE HUMAN QUEST FOR FREEDOM, AND CHINA WILL IN THE END BECOME A NATION RULED BY LAW, WHERE **HUMAN RIGHTS REIGN SUPREME.**

”

LIU XIAOBO

12.28.1955 - 07.13.2017

@SENTEDCRUZ