

**Faculté des sciences économiques,
sociales, politiques et de communication
École des sciences politiques et sociales (PSAD)**

Le Soft Power et Sharp Power de la Chine : Analyse des Instituts Confucius et des médias en Angola et en Serbie

Auteur : Sarah Léonard
Promoteur : Tanguy Struye de Swielande
Lecteur : Amine Ait-Chaalal
Année académique 2024-2025
Master en sciences politiques orientation relations
internationales

Déclaration de déontologie

« Je déclare sur l'honneur que ce mémoire a été écrit de ma plume, sans avoir sollicité d'aide extérieure illicite, qu'il n'est pas la reprise d'un travail présenté dans une autre institution pour évaluation, et qu'il n'a jamais été publié, en tout ou en partie. Toutes les informations (idées, phrases, graphes, cartes, tableaux, ...) empruntées ou faisant référence à des sources primaires ou secondaires sont référencées adéquatement selon la méthode universitaire en vigueur. Je déclare avoir pris connaissance et adhérer au Code de déontologie pour les étudiants en matière d'emprunts, de citations et d'exploitation de sources diverses et savoir que le plagiat constitue une faute grave. »

Sarah Léonard
Louvain-la-Neuve, le 19 juin 2025

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Sarah Léonard', written in a cursive style.

Avant-Propos

Je tiens à remercier mon promoteur monsieur Tanguy Struye de Swielande pour sa disponibilité et ses bons conseils. J'aimerais également remercier mon grand-père qui m'a aidé dans la relecture du mémoire. Enfin, je remercie l'entièreté du personnel du master en relations internationale et du bachelier en sciences politiques de l'UCLouvain pour leur accompagnement jusqu'à la remise de diplôme.

Table des matières

1. Introduction	5
A. <i>Présentation et définition du sujet :</i>	5
B. <i>Problématique</i>	6
C. <i>Sources</i>	8
D. <i>Méthodologie</i>	8
2. Contexte général	10
A. <i>Politique étrangère de la Chine :</i>	10
B. <i>Le Soft Power de la Chine</i>	13
C. <i>La Chine en Afrique :</i>	24
D. <i>La Belt and road initiative :</i>	27
E. <i>La Chine dans les Balkans :</i>	29
3. Les Instituts Confucius en Angola et en Serbie	32
A. <i>Les Instituts Confucius dans le monde</i>	32
B. <i>Institut Confucius de l'Université Agostinho Neto en Angola</i>	36
C. <i>Institut Confucius de l'Université de Belgrade et Institut Confucius de l'Université de Novi Sad en Serbie</i>	42
1) <i>Institut Confucius de l'Université de Belgrade.....</i>	42
2) <i>Institut Confucius de l'Université de Novi Sad.....</i>	47
D. <i>Comparaison des Instituts Confucius des deux cas d'étude</i>	48
4. Les médias chinois en Angola et en Serbie.....	51
A. <i>Les médias chinois dans le monde</i>	51
B. <i>Les médias chinois en Angola.....</i>	56
C. <i>Les médias chinois en Serbie</i>	61
D. <i>Comparaison de l'influence des médias chinois dans les deux cas d'étude</i>	63
5. Conclusion :	66
6. Bibliographie :	70
A. <i>Articles de presse :</i>	70
B. <i>Articles de revue :</i>	71
C. <i>Chapitres d'ouvrage :</i>	78
D. <i>Ouvrages :</i>	78
E. <i>Publications officielles:.....</i>	80
F. <i>Pages Facebook et twitter (X):</i>	80
G. <i>Pages web:.....</i>	81
H. <i>Rapports :</i>	84

1. Introduction

A. Présentation et définition du sujet :

Premièrement, ce mémoire tend à étudier une partie de la politique étrangère de la République Populaire de Chine. Nous nous penchons plus précisément sur le fait que le pays par sa politique étrangère emploie d'autres procédés que des procédés militaires ou économiques, qui représentent le Hard Power. Nous empruntons donc l'approche de Soft Power de la Chine, c'est-à-dire, l'habileté qu'a la Chine à « influencer les préférences des autres » (Nye, 2004, p.5). Nous nous questionnons aussi sur la présence de Sharp Power dans ses politiques extérieures. Nous étudions les différents mécanismes s'apparentant à du Soft Power se traduisant dans la diplomatie publique de la Chine en nous focalisant sur l'utilisation des médias et des instituts Confucius, visant à promouvoir l'apprentissage de la langue et de la culture chinoise (Nye, 2008 ; Barabantseva, 2012).

Les États choisis pour comprendre comment ces politiques de Soft Power sont appliquées à l'étranger, sont la Serbie d'un côté et l'Angola de l'autre. La Serbie a été choisie pour plusieurs raisons. D'abord, elle représente un élément central dans la stratégie de la Chine en Europe centrale, parce qu'elle ne fait ni partie de l'OTAN, ni de l'Union Européenne, mais a accès au marché européen et sa relation avec les États-Unis est délicate (Lidarev, 2023 ; Zuokui, 2019). L'Angola lui a des relations économiques fortes avec la Chine, notamment via son exportation de pétrole (Ouriques & De Avelar, 2017). De plus, l'Angola étant une ancienne colonie portugaise, il est pertinent d'observer comment l'influence de la Chine est reçue là-bas. Le fait que ces deux états se trouvent sur deux continents avec des cultures différentes permettra de se demander si l'approche employée par la Chine est adaptée à chacun, différemment.

Ce mémoire couvre la période temporelle allant de 2000 à 2020. En effet, le début de l'utilisation du Soft Power de la Chine sur le continent africain peut être daté du début des années 2000 (Liang, 2012). Néanmoins, l'intérêt de la Chine pour la région des Balkans et donc pour la Serbie n'a débuté qu'au lendemain de la crise économique de 2008 : cette période est marquée par une baisse des investissements venant des pays

occidentaux (Lidarev, 2023). Cela explique donc pourquoi la période de recherche s'étend sur 20 ans.

Le sujet s'inscrit dans un contexte où la Chine prend de plus en plus de place sur la scène internationale économique, politique et technologique et a l'objectif de prendre le leadership mondial (Cabestan, 2022, p. 124). Celle-ci essaye de s'installer dans diverses régions du monde en promouvant une politique « gagnant-gagnant » avec les pays du Sud, afin de s'assurer de bénéficier d'un approvisionnement en ressources stable et à bas prix (Cabestan, p.528). L'objectif de ce mémoire n'est pas d'étudier comment la Chine est présente économiquement, politiquement ou militairement en Angola et Serbie, même s'il s'avère nécessaire d'aborder ces sujets, pour comprendre comment la Chine peut être acceptée durablement dans ces États par le biais d'autres stratégies.

Selon certains auteurs, la culture représente un des éléments principaux du Soft power chinois. Celui-ci peut être appelé le « cultural soft power » et comprend la culture traditionnelle chinoise comme élément central, mais également les principes moraux propres à la culture chinoise (Repnikova, 2022, p.4-5). Néanmoins, ce sujet mérite d'être plus amplement étudié, car il ne met pas tout le monde d'accord. En effet, le Soft power chinois est considéré par certains comme du Sharp power, c'est-à-dire que les stratégies se rapprocheraient davantage de la manipulation et de la diversion, plutôt que de l'attraction ou de la persuasion. Elles viseraient ainsi à manipuler l'opinion publique (Repnikova, 2022, p.1 ; Walker & Ludwig, 2017). Dans ce sens, des critiques sont adressées à la Chine par certains États comme les États-Unis aux instituts Confucius par exemple, car il y a une crainte d'endoctrinement des étudiants et de complicité des universités avec Pékin (Repnikova, 2022, p.11).

Le mémoire utilise différents champs disciplinaires comme la politique étrangère ou les relations internationales culturelles.

B. Problématique

Comment la Chine arrive à obtenir l'adhérence des populations locales à sa présence économique en Angola et en Serbie par le biais des médias, et de

l'exportation et de la promotion de sa culture et de sa langue, du début des années 2000 jusqu'à 2020 ?

Le but de ce mémoire est donc d'étudier quels procédés sont mis en place par la Chine pour obtenir l'adhésion des citoyens angolais et serbes, c'est-à-dire quelles stratégies de Soft power sont utilisées par la Chine dans ces deux États, avec les moyens de la culture, de la langue et des médias. Il est donc nécessaire pour répondre à cette question de comprendre le contexte général de la présence de la Chine dans les deux pays et ses implications.

Comme dit précédemment, l'attention est mise sur l'exportation de la culture, de la langue et des médias chinois en Serbie et en Angola. Premièrement, une partie est consacrée aux Instituts Confucius. Ces instituts ont commencé à s'exporter dans le monde dès 2004 et visent à créer des relations amicales entre les états et à promouvoir la langue et la culture chinoise, ainsi que les valeurs chinoises (Barabantseva, 2012, p.192). Ensuite, est abordé la manière dont la Chine exploite les médias locaux et chinois comme instrument de Soft Power. La Chine arrive à diffuser du contenu via ses médias ou en coopération avec des médias locaux dans le but de propager une image positive de la Chine (Shopov, 2021). Il existe évidemment d'autres instruments de Soft Power utilisés par la Chine comme les échanges culturels d'étrangers en Chine dans le cadre des universités, think tanks et ONG, ou encore la coopération dans le monde de la santé comme les dons de masques et de vaccins durant la période du covid-19 (Hanauer & Morris, 2014 ; Lidarev, 2023 ; Repnikova, 2022, p.31). Néanmoins, ceux-ci ne sont pas étudiés dans le cadre de ce mémoire.

La Chine après les Jeux Olympiques de Pékin en 2008 a développé une stratégie en proposant 4 concepts qu'elle voudrait refléter à l'étranger. Le premier concept est l'idée « d'une société chinoise harmonieuse et un monde harmonieux » permettant de présenter la Chine comme une société stable et ouverte. Ce premier message est basé sur les concepts moraux du confucianisme ; il permet de donner une image de la Chine comme un partenaire stable et fiable. Ensuite, les autres concepts sont la « croissance pacifique » de la Chine, le « rêve chinois » et le « rajeunissement de la nation chinoise » (Arifon, 2021, p.37). Nous essayons donc de comprendre comment la Chine emploie le Soft Power afin d'arriver à refléter ces quatre concepts.

La réponse à la question de recherche se base sur différentes hypothèses, la principale étant que la Chine utilise les Instituts Confucius et les médias comme instruments de Soft Power afin d'améliorer son image en Angola et en Serbie. D'autres hypothèses viennent préciser et compléter cette dernière, telles que « Les Instituts Confucius permettent à la Chine de familiariser les autres nations avec sa culture, ce qui permet une meilleure compréhension de la Chine et une meilleure acceptation de sa présence », « L'implantation de la culture chinoise est plus complexe en Serbie qu'en Angola en raison de la proximité de la Serbie à l'UE », « Les médias chinois arrivent à trouver une audience en Angola et en Serbie » ou encore « La Chine autant dans les médias que dans les Instituts Confucius, exerce une forme de propagande et de censure ».

C. Sources

Pour ce qui est de l'état de l'art, nous nous baserons sur les recherches de Joseph Nye pour conceptualiser le Soft Power et la diplomatie publique : il est le premier à les avoir théoriser. En ce qui concerne la notion du Sharp power, nous pourrions nous appuyer sur les travaux des Christopher Walker et Jessica Ludwig. Ensuite, pour comprendre la problématique du soft power chinois, un nombre important de chercheurs abordant ce sujet, les sources sont variées. Quant aux sources de première main, les documents présents sur les sites des Instituts Confucius ou les accords entre les pays serbes et/ou angolais peuvent être utilisés. Il pourrait être intéressant de consulter des articles de presses provenant des deux pays pour l'étude des médias, mais une limite importante est la langue

D. Méthodologie

Le mémoire prend la forme d'un mémoire de synthèse. En effet, le sujet se prête davantage à ce modèle car il est plus propice à la consultation d'une certaine quantité d'articles et d'ouvrages, afin de recueillir les informations nécessaires pour répondre à la question de recherche. Dans ce sens, la première étape est de consulter la littérature pour d'abord définir les concepts théoriques (Soft et hard power, Sharp Power,

diplomatie publique...) et le contexte (chinois, angolais et serbe) et puis récolter les informations qui sont utiles pour la rédaction de la réponse à la question.

Des limites à la recherche peuvent être soulignées telles que la barrière de la langue comme dit précédemment, ou même le fait qu'il pourrait y avoir un déséquilibre entre l'Angola et la Serbie au niveau de la quantité de données disponibles, ce qui pourrait complexifier la comparaison. Une autre limite à prendre en compte est le fait que le concept de Soft Power au point de vue analytique, peut être critiqué car complexe à mesurer. Il est en effet, compliqué d'estimer si un État change effectivement son comportement sous influence du Soft Power d'un autre État ou pas (Belhaj & Mankari, 2023 ; Yugaruc, 2017). Il existe néanmoins, un index, le « Soft Power 30 » qui a été créé par « Portland », qui est un cabinet de conseil en stratégie qui s'est appuyé sur plusieurs chercheurs dont Joseph Nye pour sa création. L'index permet de mesurer le Soft Power d'une série d'États en prenant en compte différentes dimensions, (« Soft Power 30 »).

2. Contexte général

A. Politique étrangère de la Chine :

Pour comprendre comment la Chine se comporte en Serbie et en Angola, il est nécessaire de revenir sur sa politique étrangère et de voir comment elle s'est construite. Premièrement, il faut comprendre que la politique étrangère de la République populaire de Chine est fortement liée au parti communiste chinois (PCC). Dès lors, l'objectif principal de la politique étrangère chinoise est de le maintenir au pouvoir (Varrall, 2015). Ensuite, l'histoire de la République joue un rôle important dans la rhétorique liée à la politique étrangère. Cette histoire devient la fondation du présent et du futur de la Chine, c'est-à-dire, que la Chine dans le passé était un acteur puissant, respecté et pacifique et le PCC estime nécessaire de retrouver ce statut. Le discours est à mettre en lien avec des caractéristiques culturelles qui expliquent pourquoi la Chine se perçoit comme un acteur pacifique et non-expansionniste. En effet, l'école chinoise estime que la politique étrangère de la Chine se situe dans la continuité d'idéaux du Confucianisme basé sur la bienveillance, la patience, la confiance et l'égalité (Varrall, 2015). Ces éléments vont donc exercer une influence sur les différents discours des leaders. Nous pouvons prendre par exemple, l'idée de « montée pacifique » et puis de « développement pacifique » proposés dans le début des années 2000 pour qualifier la stratégie de la Chine (Deng, 2022, p.13).

Pour revenir sur l'histoire influençant la politique étrangère de la Chine, il est indispensable d'évoquer le « Siècle d'humiliation ». Cette période est marquée par des agressions extérieures qui ont débuté avec la guerre de l'Opium dans les années 1840 et qui ont affaibli la Chine. Cette expérience d'humiliation vécue par la Chine est évoquée dans les discours liés à la politique étrangère sous forme de victimisation, qui influence la manière dont la Chine interagit et perçoit les autres acteurs internationaux. Par exemple, le Japon est perçu comme impérialiste et expansionniste tandis que les États-Unis comme hégémoniques. Ensuite, un autre élément culturel qui mérite d'être cité est l'idée « d'obligation familiale » et de « piété filiale ». Ces deux termes impliquent une vision idéale de l'État vu comme une grande « famille ». Cela crée un

sentiment d'identité collective fort et donc une opposition forte face aux « autres », à l'étranger (Varrall, 2015).

Nous pouvons maintenant nous pencher sur l'évolution de la politique étrangère chinoise à partir de 2000. Pour commencer, jusqu'à ce que Xi Jinping monte au pouvoir en 2012, Jiang Zemin et puis Hu Jintao, ont poursuivi la stratégie du « profil bas » initialement mis en place par Deng Xiaoping (Cabestan, 2022, p.67-68). Cette stratégie peut se résumer par les « quatre non et les deux dépassements » de Deng. Ne pas essayer de remplacer l'URSS comme leader du monde socialiste ; réprimer les ambitions de devenir le leader du Global Sud ; ne pas s'enliser dans des conflits ; ne pas se créer d'ennemis en se mêlant dans des conflits ou des affaires internes ; dépasser les considérations idéologiques et les doutes dans les activités internationales ; dépasser les épisodes « spécifiques » c'est-à-dire garder une vision globale, sur le long-terme et donc ne pas mettre trop d'énergie dans les événements ponctuels et temporaires (Bakota, 2024, p.180). Durant le début des années 2000, l'idée de « développement pacifique » guidait la politique étrangère chinoise afin de rassurer la communauté internationale des bonnes intentions de la Chine. La Chine voulait se présenter comme coopérative, responsable et non comme violente ou expansionniste (Deng, 2022, p.13). La priorité intérieure de la Chine se portait sur sa croissance économique et sur le maintien de la stabilité du régime. En conséquent, au niveau de la politique étrangère, l'accent était mis sur l'idée de conserver un environnement stable et pacifique afin de rendre cette croissance économique possible (Poh & and Li, 2017).

La prise de pouvoir de Xi Jinping marque une rupture dans la politique étrangère de la Chine. Il est le premier leader chinois à mettre la politique étrangère et le militaire sur un même pied que les affaires économiques et le développement social du pays. Cela peut s'expliquer par la place que la Chine tient dorénavant sur la scène internationale. En effet, lorsque Xi monte au pouvoir, la Chine se place juste derrière les États-Unis économiquement. Cela lui confère donc également un certain pouvoir politique et un rôle plus actif au sein de la communauté internationale (Bakota, 2024, p.251). Pour Xi, la priorité domestique reste la même que pour ses prédécesseurs, c'est-à-dire poursuivre la croissance économique de la Chine et le maintien de la stabilité du régime, mais ses objectifs internationaux divergent. Ils sont davantage

orientés vers un rôle plus pro-actif dans les affaires internationales et la défense de ses intérêts nationaux essentiels. Néanmoins, un objectif qui ne bouge pas est la volonté de conserver un environnement pacifique (Poh & and Li, 2017).

Ainsi, dans cette visée, le président Xi a énoncé trois principes pour la Chine. Le premier est le « rêve chinois ». Il consiste en l'idée de restaurer le statut de grande puissance et l'état-providence. Pour cela, il propose une vision du développement de l'état dépourvu de pauvreté et envisage un retour de la Chine sur la scène internationale. Le deuxième principe qui vient compléter le premier est « La grande renaissance » de la société chinoise. Le principe représente un processus comprenant plusieurs dimensions - économique, sociale et culturelle – qui doit mener à la prospérité de la Chine et de ses citoyens et replacer la Chine à sa « juste place » dans le monde (Bakota, 2024, p.253). Et finalement le troisième principe mis en œuvre par Xi est le « socialisme avec des caractéristiques chinoises ». Il reflète la volonté d'atteindre un nouveau modèle en étendant l'interdépendance avec le reste du monde. Il s'illustre par différents éléments dans la politique étrangère chinoise comme la réaffirmation de la politique de la « porte ouverte » qui permet grâce aux investissements étrangers d'accélérer le processus des « quatre modernisations » de Deng Xiaoping (défense nationale, industrie, sciences et technologies, et agriculture). Un autre exemple est la promotion de l'échange d'innovations et de technologies avec des acteurs étrangers, afin de produire des biens et services hautement développés attirant des consommateurs haut-de-gammas, dans le but de faire connaître la marque et le modèle chinois. Ces trois principes qui caractérisent la politique étrangère chinoise marquent l'arrivée de Xi et annoncent sa stratégie de « striving for achievement » (Bakota, 2024, p.255-257). L'arrivée au pouvoir de Xi Jinping s'est illustrée par de nouvelles initiatives comme le retour de la route de la soie en 2013, un comportement en mer de Chine du Sud caractérisé par une plus grande affirmation, si pas une certaine agressivité. La Chine se comporte dorénavant comme une grande puissance à part entière (Cabestan, 2022, p.67-68).

Néanmoins, Xi dans sa pensée diplomatique conserve certaines notions comme le « développement pacifique », le « gagnant-gagnant », ou la « période d'opportunité stratégique ». Ces notions s'inscrivent dans la stratégie de poursuite de la montée en puissance et de modernisation de la Chine, en offrant une image positive de la Chine

par ses initiatives de coopération, d'intégration et d'assistance économique à certains pays (Cabestan, 2022, p.73). Dans cette perspective la Chine conserve ses relations avec les pays en développement. Xi a soutenu une accentuation de cet aspect de la politique étrangère chinoise. En effet, il appuie l'image de la Chine comme un État toujours en développement et comme porte-parole du Global Sud. La Chine est vue comme une aide alternative aux aides occidentales en Asie et en Afrique. Cependant, ces aides ont également été la source de critiques. La Chine a notamment été critiquée pour le manque de transparence de ses financements en ce qui concerne les montants, les receveurs de l'aide ou le but de ces financements. Elle a également reçu des critiques pour le manque de conditionnalité lors de l'affectation de ces fonds qui ne prennent pas en compte la lutte contre la corruption ou l'aspect environnemental (Bakota, 2024, p.267).

B. Le Soft Power de la Chine

Il est maintenant nécessaire de comprendre comment la Chine conçoit et articule le concept de Soft Power. Le terme « Soft Power » a été développé par Joseph Nye pour la première fois dans son livre « Bound to lead » en 1990 (Nye, 2004, p.XI). Le concept a ensuite été davantage approfondi toujours par Nye dans « Soft power : the means to success in world politics » en 2004. Par la suite, il s'est installé dans les milieux académiques ainsi que dans les discours politiques (Nye, 2004, p.XI). Nye a pensé le terme du Soft Power dans un contexte où il existait une croyance en l'idée d'un déclin des États-Unis. L'auteur n'était pas d'accord avec cette croyance, y voyant un manque dans la manière dont les chercheurs envisageaient la manière de comprendre la puissance (Nye, 2017). Selon lui, les États-Unis détenaient toujours un pouvoir pour amener les autres États à des résultats désirés, mais les moyens utilisés étaient plus « doux » (Belhai & Mankari, 2023). Il a ainsi répondu à ce manque en présentant le terme de Soft Power qui apporte une autre perspective pour aborder les théories liées au pouvoir, et qui s'écarte de la vision traditionnelle (surtout chez les néoréalistes) percevant le pouvoir comme quelque chose de tangible. Ce terme représente donc un outil analytique (Nye, 2017). Joseph Nye a pu trouver l'origine de ce concept dans des arguments classiques du réalisme qui sont liés à la capacité de jugement, de persuasion et d'attraction (Christofolletti, 2023). Le Soft Power doit donc

être différencié d'une quelconque forme de libéralisme ou d'idéalisme, celui-ci venant et étant reconnu par les réalistes traditionnels (Nye, 2011, p.82). Il est également important de rappeler que le terme est sorti de la simple sphère académique pour atteindre la sphère politique et celle des médias (Kearn, 2011). En Chine, le concept de Soft Power a pris de l'importance dans la sphère politique en 2007 lorsqu'il a été utilisé dans des discours du chef d'état de l'époque Hu Jintao. Le concept est identifiable sous les mots *ruan shili* (Zappone, 2023). Le terme a également pu profiter de la promotion d'organisations et d'instituts de recherches comme le « China Foreign Languages Bureau » pour gagner en popularité. Néanmoins, la première trace du terme Soft Power en Chine peut remonter à 1993. Wang Huning était alors le premier chercheur chinois à le citer dans un de ses articles (Mingjiang, 2008).

Le Soft Power est défini par Nye de cette manière: “ability to get what you want through attraction rather than coercion or payments” (2004, p.X). Cette définition introduit l'idée qu'il n'existe pas une seule manière d'exercer du pouvoir pour obtenir d'un État un certain comportement (Nye, 2004, p.1-2). Le Soft Power repose sur la capacité d'attirer par différents éléments intangibles tels que des idées, des institutions, des valeurs ou la culture (Christofoletti, 2023). Le Soft Power est à mettre en lien avec le Hard Power. Ce dernier est un type de pouvoir qui fonctionne par le biais d'incitations (« carottes ») et de menaces (« bâtons »), prenant la forme d'aspects économiques et militaires (Nye, 2004, p.5). En Chine, le concept n'a pas pris de l'importance directement en 1993, car l'idée d'une dualité entre le Hard et le Soft Power impliquait le fait qu'il était possible d'identifier un manque d'équilibre entre ces composantes. Il était davantage d'usage de concevoir la puissance de manière globale avec la « puissance nationale globale » (« comprehensive national power »), celle-ci envisageant la puissance d'un État en comprenant toutes ses composantes. Le Soft Power n'a pas remplacé en Chine l'idée de « puissance nationale globale », mais il a apporté une nouvelle manière d'envisager la puissance nationale en mettant en avant la Chine comme puissance culturelle sur la scène internationale (Zappone, 2023).

Il existe un spectre sur lequel se trouvent différents comportements et manières d'exercer du pouvoir allant de l'attraction à la coercition, en passant par des incitations économiques ou encore par la mise à l'agenda de certains sujets (Nye, 2004, p.5-8). Il

faut souligner que la relation entre le type de puissance (Soft ou Hard) et les comportements n'est pas parfaite. En effet, dans certains cas par exemple, la puissance militaire traditionnellement attribué au Hard Power peut être considéré comme relevant du Soft Power dans le cas où il provoque de l'attraction, via par exemple le « mythe de l'invincibilité » qui montre un État comme étant puissant par sa capacité militaire. Néanmoins, le Soft et le Hard Power d'un État ne sont pas obligatoirement liés, comme le montre le cas du Vatican exerçant un Soft Power important, mais ayant très peu de ressources de Hard Power. Les deux types de pouvoir peuvent également avoir une influence inverse l'un sur l'autre tel qu'il fut le cas de l'URSS pendant la guerre froide, qui en augmentant ses capacités militaires a provoqué une baisse de l'influence de son Soft Power, car cela augmentait la perception de la brutalité (Nye, 2004, p.5-9). Il faut également noter que les deux types de puissance sont utilisés de manières différentes par les États. Le Hard Power a tendance à être conservé et déployé à des moments particuliers, quand il est nécessaire alors que le Soft Power est permanent et n'est pas utilisé comme un outil sorti de manière ponctuelle (Roselle, Miskimmon & O'Loughlin, 2014). Une autre différence entre le Soft Power et le Hard Power, réside dans la façon dont l'un et l'autre seront reçus et du temps qu'il aura fallu pour être perçu dans les sociétés cibles (Nye, 2011, p.83). À l'évidence, le Soft Power se joue plus sur le long terme que le Hard Power.

Il est important de noter que bien que Nye ait mis les mots sur un concept nécessaire pour comprendre les dynamiques de pouvoir dans le monde, des concepts similaires au Soft Power existaient déjà avant. Carr en 1946, énonçait l'idée qu'il y existe trois catégories de puissance ; la puissance militaire, la puissance économique et la puissance sur les opinions. Un autre auteur, Lukes (1974), avançait l'idée de trois dimensions du pouvoir incluant la notion de l'influence sur les préférences, afin d'obtenir des résultats, ainsi que l'idée du contrôle des médias de masse et de l'importance du processus de socialisation. Il souligne que dans ces trois dimensions de la puissance, la dernière est la plus secrète. Elle concerne les croyances et préférences des gens qui peuvent être influencées, ce qui représente la forme la plus puissante du pouvoir, mais celle qu'il est le plus difficile d'observer (Belhaj & Mankari, 2023 ; Yukaruc, 2017). Un dernier auteur qu'il est pertinent de citer est Gramscian qui en 1971 émet l'idée du concept de l'hégémonie et de son équilibre entre la société politique et la société civile. C'est un équilibre entre la force et le

consentement. Il souligne l'idée qu'il faut créer l'approbation de la structure politique par la société civile via différents éléments comme l'Église (Yukaru, 2017). Ces trois auteurs énoncent donc des concepts qui se rapprochent du Soft Power de Nye qui ont pu avoir de l'influence sur celui-ci.

La compréhension du terme Soft Power en Chine est basée sur la définition de Nye, mais s'écarte légèrement de cadre posé par celui-ci sur certains points. L'école chinoise établit que la source principale de Soft Power est la culture. Or, Nye établit qu'il existe trois sources de Soft Power. La première est la culture, ce qui rejoint la compréhension chinoise du concept. La culture rassemble les valeurs et les pratiques produisant du sens pour une société donnée. Elle comprend à la fois la « haute culture », c'est-à-dire l'art, la littérature, l'éducation, et à la fois la « culture populaire » associée au divertissement de masse. Cette source culturelle est transmise via le commerce (Mc Donald, Hollywood...) et par des contacts personnels, des échanges, des visites etc (Nye, 2004, p.11-14 ; Mfumukala Guy Baudouin, 2023). Dans le contexte chinois, la culture chinoise traditionnelle est perçue comme la source de Soft Power chinois la plus puissante, par sa longue histoire, ses traditions, ses symboles, ses textes ainsi que les valeurs prônées par le Confucianisme, le Taoïsme et le bouddhisme. Parmi ces valeurs, se trouve l'harmonie qui se présente comme un réel attrait pour la culture chinoise, car elle propose une alternative aux problèmes liés aux cultures occidentales tels que l'individualisme, le matérialisme, la dégradation de la nature ou encore les conflits régionaux et internationaux (Minjiang, 2008). Ce qui est compris dans la culture tient dans un cadre très large et vise à communiquer une image qui se focalise sur la singularité de la civilisation chinoise ou le « modèle chinois ». Ces éléments sont donc repris dans la construction de l'image de l'État à destination de l'audience internationale, mais également interne à la Chine pour renforcer l'identité nationale (Zappone, 2023).

Ensuite, une deuxième source selon Nye, est l'ensemble des politiques gouvernementales intérieures qui se traduit par les idéaux politiques, le type de modèle politiques, la nature du régime etc. Et la troisième source est l'ensemble des décisions liées aux affaires étrangères, c'est-à-dire le comportement de l'État dans les organisations internationales, les valeurs transmises dans l'exercice de la politique étrangère, la manière dont les relations avec les autres États sont entretenues, etc.

(Nye, 2004, p.11-14 ; Mfumukala Guy Baudouin, 2023). Une source de Soft Power doit être considérée comme légitime, crédible et attractive par les cibles pour potentiellement avoir une réelle capacité d'influence (Mfumukala Guy Baudouin, 2023). Une des caractéristiques du Soft Power est que contrairement au Hard Power, l'État n'a pas le monopole de production du Soft Power. D'autres acteurs ont également un rôle dans la production des sources, comme la société civile, l'Église, certaines firmes, les universités ou les ONG (Nye, 2004, p.14-17). Cela a pour effet que le contrôle de la production du Soft Power par l'État est complexe (Mfumukala Guy Baudouin, 2023). En cela, nous pouvons observer que le cas chinois ne correspond pas totalement à cette définition, car il n'y a pas de démarcation entre l'État et les sphères non-étatiques. Le gouvernement est à l'origine de la production de la propagande et des activités culturelles, or en général une grande partie du Soft Power est produit par la société civile (Shambaugh, 2015).

C'est pourquoi dans le cas chinois, la diplomatie publique joue un rôle important dans le développement de son Soft Power (Yagci, 2018). La diplomatie publique peut se définir comme « la construction volontariste d'une médiation par une autorité publique ». Est entendu par « autorité publique », les États ainsi que les organisations internationales (Lequesne, 2021, p.14-15). C'est un instrument utilisé par les gouvernements, qui mobilise des ressources de Soft Power à destination des publics d'autres États et non pas seulement de leurs gouvernements, afin de communiquer et de produire de l'attraction (Lequesne, 2021, p.14-15 ; Nye, 2008). La diplomatie publique est à différencier des campagnes de relations publiques, car elle consiste davantage en la création de relations sur le long terme avec des sociétés étrangères afin de profiter d'un environnement favorable à l'application de décisions politiques (Nye, 2019). L'objectif est de construire des relations qui perdurent avec d'autres États et leurs populations, afin de s'assurer que les sociétés partagent suffisamment de valeurs, d'idées et d'intérêts pour valider les potentielles décisions politiques d'un État.

La diplomatie publique est à différencier de la propagande, car la propagande a plutôt tendance à échouer s'il l'on parle d'attraction. En effet, son manque de crédibilité ne permet pas de créer suffisamment d'attaches que pour avoir un réel pouvoir d'attraction (Nye, 2019). Cependant, il est intéressant de comprendre le lien qui existe entre diplomatie publique et propagande en Chine. En effet, le terme

diplomatie publique est une expression étrangère qui se traduit littéralement en chinois par « propagande externe » (*duiwai xuanchuan*). En Chine, la notion de propagande n'a pas la même connotation qu'en Occident et est davantage reliée à des activités bénignes comme la publicité, la publication d'informations ou l'élaboration générale de l'idéologie. Néanmoins, depuis quelques années, les chercheurs chinois plaident pour une différenciation entre la diplomatie publique et la propagande dans le langage en raison de la connotation négative que le terme propagande possède à l'étranger (Hartig, 2016).

Nous pouvons mettre en évidence trois pratiques relevant de la diplomatie publique. La première consiste à accompagner les décisions politiques prises par de la communication à destination de la presse et des populations étrangères, via les réseaux sociaux par exemple, et ce de manière régulière. Une seconde pratique repose sur la communication stratégique afin d'établir les priorités politiques ou de façonner l'image du pays, c'est-à-dire à faire du « Nation Branding ». Par exemple, un État prochainement à la présidence du Conseil de l'Union Européenne peut annoncer ses priorités à l'avance dans le but de préparer les négociations à venir (Lequesne, 2021, p.18-20). Le « Nation Branding » est un processus qui vise à moduler, modifier, contrôler l'image d'un État dans le but d'améliorer sa réputation auprès d'un public cible. Ce processus est caractérisé par l'usage de méthodes pour l'État, qui s'apparentent au « branding » du business, car des outils marketing ou de la publicité sont employés (Imran, 2018). Ce fut le cas en Chine lors de l'organisation des Jeux Olympiques de Pékin en 2008 ou avec l'exposition universelle de Shanghai de 2010. La Chine a alors essayé via des campagnes de communication de modifier les perceptions étrangères de l'identité de la Chine (Struye de Swielande, 2012b). Et la troisième pratique s'observe par la mise en place d'actions concrètes qui permettent d'installer le Soft Power de l'État. Ces actions s'adressent directement aux sociétés cibles. Elles peuvent s'illustrer par exemple par la création de chaînes de télévisions pour un public mondial ou par la création de réseaux d'établissements scolaires à l'étranger, comme les Instituts Confucius que nous aborderons un peu plus loin (Lequesne, 2021, p.18-20). Ces trois pratiques permettent ensemble de construire une relation à long terme en incluant une communication quotidienne, une sur des thèmes précis (communication stratégique) et une visant l'installation de l'influence de longue durée par des éléments clefs (Nye, 2008).

L'engouement des dirigeants chinois pour le développement de leur Soft Power à la fin des années 2000 peut s'expliquer par plusieurs raisons. Premièrement, la Chine n'était pas satisfaite du manque de compétitivité de ses produits culturels (films, musiques, programmes de télévision, fast-food, mode...) par rapport aux autres puissances sur la scène internationale. La Chine se considérait à la traine en matière de rayonnement culturel. Ensuite, développer son Soft Power est une manière de réfuter la thèse de la « menace chinoise » qui circulait dans les discours occidentaux avec sa montée en puissance. L'État chinois voulait montrer une meilleure image afin d'éviter le développement d'hostilité étrangère en même temps que le développement de son Hard Power (Mingjiang, 2008). Il faut noter que le Soft Power repose sur les interactions entre les acteurs et sur les processus sociaux de construction d'identité des acteurs, car les affects et émotions qui permettent l'efficacité du Soft Power par l'attraction, sont concernés par ces dimensions. L'attraction peut dériver d'une volonté de la produire, d'une action active, mais elle peut aussi dériver d'un attrait plus diffus qui influence également et qui est produit sans action concrète. Ce dernier est donc plus passif. Dans ce sens, il faut comprendre l'importance du discours dans la construction de l'identité. En effet, le discours crée des structures de sens permettant ainsi la construction de réalités sociales. Car les facteurs matériels ne créent pas eux-mêmes du sens, mais les discours leur en donnent. Ce sont les discours, qui par la mise en perspective de différents éléments, arrivent à donner du sens et de la valeur aux choses. Il y a un aspect relationnel qui est mis en œuvre par les discours. Cela se retrouve dans la construction des identités qui se forment en relation avec les autres identités, en se positionnant par rapport aux valeurs qu'elles attribuent aux autres identités et à elles-mêmes. Les identités sont donc instables et peuvent être contestées, elles ne sont pas figées, car elles sont toujours sujettes à la mise en relation aux autres (Solomon, 2014). C'est pourquoi le Soft Power peut avoir un pouvoir de modification des comportements des autres sociétés en impactant les valeurs et identités de celles-ci. Ainsi, la perception de la menace chinoise va donner naissance à différents narratifs utilisés par la Chine et sa diplomatie publique tels que « la montée pacifique », « le développement pacifique » ou la « société harmonieuse », dans le but d'essayer d'impacter la perception que les acteurs étrangers ont de son identité (Yagci, 2018).

La Chine voulait également se présenter comme un partenaire responsable qui peut contribuer au développement global en se développant elle-même. Pour la Chine, développer son Soft Power devait lui permettre d'atteindre ses intérêts nationaux en consolidant la confiance qu'elle entretient avec les autres acteurs internationaux et en permettant aux audiences étrangères de mieux la comprendre via sa culture (Hartig, 2016). Il est observé qu'en général, la diplomatie publique est plus efficace si elle ne se contente pas juste de diffuser des informations dans un autre État, mais qu'elle utilise des dynamiques basées sur l'échange. Il est nécessaire de comprendre l'autre pour que cette diplomatie puisse attirer le public. Il est aussi important de prendre en compte les filtres culturels. Il arrive que des informations diffusées par un État ne soient pas reçues comme l'État diffuseur le prévoyait (Nye, 2019). Et finalement, un dernier élément qui a poussé la Chine à mettre plus d'efforts dans le développement de son Soft Power, est la constatation du manque de maîtrise de sa communication lors des Jeux Olympiques de Pékin en 2008. La Chine a pu prendre conscience de l'importance que tient le développement de médias chinois à l'étranger. Un plan d'investissement sur 10 ans de 10 milliards de RMB (équivalent à 1,3 milliard d'euros par an) a donc été mis en place dans le but de mieux contrôler son image (Charon & Jeangène Viller, 2024, p.176).

Nous pouvons maintenant nous intéresser aux institutions qui jouent un rôle dans la mise en place du Soft Power chinois en lien avec les médias, le divertissement et les Instituts Confucius. Premièrement, le département de la propagande du Parti Communiste chinois (*xuanchuan*) est un organe chargé de gérer la construction de l'idéologie. Il est ainsi responsable de l'élaboration des programmes de formation des membres du Parti et de ceux de l'éducation nationale. Il est également responsable du contrôle des médias internes et à l'étranger. Il établit ce qui peut être publié et ce qui doit être tu et contrôle l'entièreté de la production culturelle de la Chine. Les critiques et la créativité ont donc peu de place. Le département utilise des directives orales ou écrites qui indiquent ce qui peut se dire ou pas. Ces directives ont un statut supérieur aux lois nationales, il est donc interdit de les remettre en cause et de ne pas les respecter au prix de punition, destitution, peine de prison ou fermeture de structures médiatiques. Le département existant depuis 1924 a pris davantage d'importance avec la montée au pouvoir de Xi Jinping (Charon & Jeangène Viller, 2024, p.65-68).

Ensuite, nous pouvons citer le département des liaisons internationales dont les objectifs sont l'entretien des relations avec les partis politiques étrangers et de servir d'outil d'observation et d'analyse pour que le Parti ait l'opportunité de mieux comprendre le monde. Il a également l'objectif d'accroître le nombre de relations amicales de la Chine avec d'autres acteurs, peu importe leur couleur politique. Et un dernier objectif est le renforcement du Soft Power chinois et du pouvoir discursif chinois dans le monde. Le département s'est exporté aux quatre coins du monde avec 16 bureaux au total dont 8 spécialisés dans certaines régions (Asie du Sud et du Sud-Est ; Asie du Nord-Est et Indochine ; Asie centrale et Afrique du Nord ; Afrique subsaharienne, Amérique latine et caraïbienne ; Europe de l'Est, pays baltes, Communauté des États Indépendants ; Amérique du Nord, Océanie, Europe du Nord ; Europe occidentale) (Charon & Jeangène Viller, 2024, p.72-73).

Finalement, nous pouvons citer le Hanban qui est le Bureau international du conseil de la langue chinoise. Cette organisation a comme mission la diffusion de la langue et de la culture chinoise. Elle est chargée de l'implantation des Instituts Confucius dans le monde et leur fournit les services et les ressources didactiques qui sont nécessaire pour l'enseignement. Elle dépend du ministère de l'éducation chinois (*Hanban/Confucius Institute Headquarters*, s. d.).

Tous ces groupes, organisations et institutions montrent que le domaine de l'information en Chine est une réelle préoccupation pour le gouvernement. L'information est un outil important du Soft Power et le contexte actuel de l'information a un impact sur celui-ci. En effet, l'accès à l'information et sa diffusion sont plus faciles pour tous, ce qui provoque une augmentation des sources d'information (Nye, 2011, p.104). Ce volume d'information étant très important, il rend l'obtention de l'attention du public plus complexe et plus rare au vu d'une infinité de l'information (Nye, 2008). De plus, les gouvernements sont en concurrence avec d'autres acteurs producteurs d'information comme les médias, les ONG, les entreprises, les organisations internationales, les universités, etc. (Nye, 2011, p.104). Les médias tiennent une grande importance dans le monde de l'information, car ils peuvent influencer d'autres espaces médiatiques, et même directement la sphère politique (Yukaru, 2017). Une particularité du traitement de l'information en Chine est qu'il y a un certain contrôle des informations qui circulent sur la Chine. Par

exemple, la Radio China Internationale est une des principale radio chinoise focalisée sur la diffusion d'émission à l'international. Elle a pour but de promouvoir les bonnes relations entre la Chine et le reste du monde. Néanmoins, ses émissions sont soumises aux procédures et à la censure chinoise ce qui complique la radiodiffusion en direct dû à l'impossibilité de vérifier toutes les infos par le Parti (Charon & Jeangène Viller, 2024, p.185). Le contrôle exercé sur les médias s'explique par la volonté de la Chine de propager une image de la Chine à l'étranger qui s'écarte des narratifs occidentaux. Le monde du divertissement est aussi soumis à la censure. De fait, si l'on prend l'industrie du cinéma par exemple, nous pouvons observer qu'il est complexe pour les artistes d'être réellement libres dans leur expression, car ils doivent rester vigilants à ne pas heurter le PCC (Courmont, 2009, p.24-27). De plus, vu ce qui précède, la Chine se focalise davantage sur la quantité d'information diffusée plutôt que sur la qualité. Elle arrive donc à produire un large volume d'information, mais qui impacte peu. Ensuite, elle peut être mise face à un dilemme, car elle doit trouver un équilibre dans sa propagation d'information ; une trop grande quantité d'information à l'étranger peut être reçue par les audiences comme de l'« invasion culturelle » ou de l'« impérialisme culturel » (Hartig, 2016).

Une autre problématique liée à la projection du Soft Power par les médias, est l'asymétrie qui existe entre la Chine comme régime autoritaire et les démocraties libérales. En effet, les démocraties caractérisées par leur ouverture et tolérance permettent à la Chine d'exporter facilement ses médias à l'étranger. En 2009, la Chine a lancé sa politique « going-out » relative aux médias. L'objectif de cette politique est de renforcer les médias chinois à l'étranger afin qu'ils puissent concurrencer les grands médias occidentaux. La Chine a investi 6 milliards de dollars pour mettre en place cette politique dont un tiers a été alloué à Xinhua (Repnikova, 2022, p.22). Inversement, la Chine étant moins ouverte, il est plus difficile pour des médias occidentaux de s'installer en Chine. Certains médias sont même bannis du territoire comme TV5 Monde, la BBC ou VOA (Voice of America) (Charon & Jeangène Viller, 2024, p.177). C'est pourquoi, les instruments de Soft Power de la Chine peuvent parfois être recatégorisé comme du Sharp Power (Repnikova, 2022, p.1). Cette notion a été amenée par les deux chercheurs, Christopher Walker et Jessica Ludwig en 2017 dans un article paru dans la revue Foreign Affairs (Cuzmanov, 2019). Le Sharp Power, est davantage caractérisé par de la manipulation, de l'intimidation, de la subversion ou

de la diversion. Le concept peut être défini comme « l'usage de la capacité d'un État à projeter sa culture, à produire des idées et à mettre en œuvre des politiques en vue de saper la légitimité d'un autre État. Plus précisément, le Sharp Power conceptualise la capacité des États autoritaires à influencer, négativement, la perception qu'ont les acteurs internationaux d'un autre État, souvent des États occidentaux. » (Cuzmanov, 2019). Le Sharp Power produit ainsi des effets négatifs plus forts que le Soft Power, car il vise à miner les valeurs et principes des institutions démocratiques (Puerta Riera, 2023). Nous pouvons prendre comme exemple d'application du Sharp Power l'interférence de Moscou dans les élections américaines de 2016. Cela a pour effet de saper un processus démocratique de base, le tout dans l'intérêt de l'État russe (Walker, 2018). Ce concept sera davantage exploité dans la suite du mémoire.

Nous pouvons maintenant nous intéresser à l'efficacité du Soft Power en Chine. Le Soft Power implique que le contexte et l'interprétation qu'ont les populations ciblées des politiques mises en place, tiennent une assez grande importance. En effet, plus la culture de la société cible est proche de la société qui émet du Soft Power au niveau idéologique, identitaire etc., plus il y a de probabilité pour que les résultats espérés soient obtenus (Nye, 2004, p.15-16). Ainsi, jusqu'à présent l'efficacité du Soft Power de la Chine en Occident reste limitée en raison du caractère autoritaire du régime politique de la Chine. L'Occident et la Chine ne partagent pas certaines valeurs comme le respect des droits humains. Les incidents de violation des droits humains dans la région du Xinjiang ou à Hong Kong ont tendance à diminuer l'influence du Soft Power en Occident. En contraste, dans le Global Sud, les initiatives liées au Soft Power ont tendance à avoir une plus grande influence. Cela peut s'expliquer par le fait que le modèle que la Chine défend dans ces régions, s'écarte du modèle occidental que certains États du Global Sud rejettent. La Chine n'impose pas de valeurs dites « universelles » comme l'Occident peut le faire (Zappine, 2023). Il faut aussi prendre en compte le facteur de la nature du régime politique de la population cible, car plus un État est autocratique, plus il sera difficile de projeter de l'influence face au contrôle excessif de l'État, alors que plus un État est démocratique, plus il pourra être soumis à une influence extérieure et sera contraint de la prendre en compte dans ses décisions (Nye, 2004, p.15-16). De plus, le contexte permet de comprendre comment certains éléments peuvent être perçus comme augmentant ou diminuant le Soft Power d'un État. Par exemple, l'augmentation de la capacité militaire d'un État peut être prise

comme un facteur d'attraction si on le voit d'une perspective se rapportant au succès de l'État, mais cela peut également être pris comme une menace selon le contexte. Cela dépend de comment l'État se situe au travers des valeurs communes. Si l'on prend le cas de la Chine, celle-ci se trouve en dehors du système de valeurs occidentales, sa montée en puissance militaire peut être perçue comme menaçante, alors que le Japon et l'Allemagne au sortir de guerre étaient inclus dans un système de normes institutionalisées occidentales et donc étaient moins perçus comme des menaces (Kearn, 2011).

C. La Chine en Afrique :

La Chine est présente en Afrique depuis déjà le XV^e siècle. Durant le « siècle d'humiliation » elle a été moins présente sur le continent, mais la fin de cette période a marqué son retour avec la Conférence de Bandung en 1955. Celle-ci a permis d'exporter le modèle chinois, la lutte contre les superpuissances et la promotion d'une politique du Tiers Monde. La Chine se présente donc comme une alternative sur le continent aux deux blocs en pleine Guerre Froide (Struye de Swielande, 2012a). L'État chinois fait la promotion de la coopération entre la Chine et l'Afrique en défendant une « solidarité tiers-mondiste » (Viltard, 2012). Durant les années 60, la Chine a montré son soutien, parfois armé, aux mouvements anticoloniaux dans des pays comme la République Démocratique du Congo, le Mozambique, le Niger ou l'Angola. La Chine compare l'expérience de l'Afrique avec les colons européens, aux expériences vécues par la Chine durant le « siècle d'humiliation » (Struye de Swielande, 2012a ; Sutter, 2016). Elle a aussi prodigué de l'aide pour les projets et envoyé des équipes médicales sur place. Ce n'est qu'à partir des années 80 que ses intérêts en Afrique sont devenus davantage économiques et non plus centrés sur l'idéologie. Cela s'illustre notamment par une augmentation du nombre de projets et d'entreprises commerciales chinoises sur le continent (Struye de Swielande, 2012a). Néanmoins, même si la Chine est déjà présente en Afrique, ce n'est qu'à partir des années 2000 que les diplomates, les entreprises chinoises et ses travailleurs sont réellement visibles (Cabestan, 2025).

En 2012, la Chine se positionne comme second partenaire commercial du continent après l'Union Européenne et avant les États-Unis (Struye de Swielande, 2012a). L'augmentation des interactions entre la Chine et l'Afrique dans les années 2000 est le résultat d'une augmentation de l'exportation de pétrole et d'autres matières premières vers la Chine et par la construction de grands projets en Afrique (Sutter, 2016). La Chine entretient avec les pays d'Afrique avec lesquels elle collabore une politique du « donnant-donnant ». D'une part la Chine a besoin des ressources présentes en Afrique comme le pétrole et d'autre part, l'Afrique a besoin des aides que la Chine peut lui offrir pour se développer. La Chine s'est tournée vers l'Afrique dans le but de réduire sa dépendance envers le pétrole provenant du Moyen-Orient, mais également car le rythme de son développement économique étant de plus en plus rapide, elle a dû s'assurer de pouvoir s'approvisionner en ressources énergétiques et en d'autres ressources critiques (Alden, 2007, p.11-12 ; Courmont, 2009, p. 89-90). Nous pouvons considérer que la Chine fait preuve d'un opportunisme commercial pour acquérir ce dont elle a besoin. De plus, elle promeut une stratégie « sans liens politiques » qui mis avec les aides et les prêts concessionnaires, offre une collaboration qui plait aux leaders africains. La Chine en investissant dans des industries qui rapportent comme l'industrie pétrolière et en lançant des projets de construction d'infrastructures tels que des ports, des ponts ou des routes a permis à des États comme le Soudan, Le Gabon, l'Angola ou le Nigeria, qui ont été touché par des périodes d'instabilité liées aux guerres ou aux sanctions des Occidentaux, à relancer leurs activités économiques (Alden, 2007, p.8-13). Au final, le début du XXI^e a vu une forte augmentation des échanges commerciaux entre la Chine et l'Afrique. En 2000, 3,1% du montant de la dette extérieure bilatérale africaine était détenue par la Chine alors qu'en 2020, elle détenait 62,1% du montant de cette dette (Cabestan, 2025).

Néanmoins, il est important de noter que la relation entre les États africains et la Chine est une relation asymétrique. En effet, les États africains étant dépendants des aides au développement pour leur bon fonctionnement, ont moins de pouvoir que la Chine sur les termes de l'accord d'assistance lors de la négociation (Harneit-Sievers et al., 2010, p.80). La Chine entretient surtout des liens avec les États africains sur base de relations bilatérales, mais elles sont développées dans un cadre diplomatique régional et parfois à un niveau multilatéral comme avec le « Forum on China-Africa Cooperation » (FOCAC) qui se donne tous les trois ans depuis 2000. Cela permet à la

Chine de construire des relations avec différents leaders du continent, qui apprécient ce type de relation, tout en conservant la capacité d'apporter un soutien aux institutions régionales et aux idées qui les accompagnent (Alden, 2007, p. 27 ; Struye de Swielande, 2012b).

L'arrivée de Xi au pouvoir, comme vu précédemment, marque un changement dans la politique étrangère de la Chine, et donc également dans la politique de la Chine vis-à-vis de l'Afrique. Xi Jinping veut accorder une plus grande importance aux relations que la Chine entretient avec les États du Sud Global. De plus, il faut noter qu'au vue du très grand nombre d'États africains, entretenir de bonnes relations avec eux peut apporter d'autres avantages que les avantages économiques. Par exemple, à l'ONU, l'Afrique représente un quart des voix à l'Assemblée Générale, c'est-à-dire 54 états. Dans ces 54 États, seul Eswatini reconnaît Taiwan à la place de la République populaire de Chine, ne se plaçant donc pas en faveur de la Chine (Cabestan, 2025). Obtenir leur approbation générale peut donc jouer en faveur de la Chine au sein de l'institution. Ensuite, le lancement en 2013 de la Belt and Road Initiative, que nous aborderons après, a permis à la Chine de renforcer sa présence sur le continent. La Chine a pu mettre en place de plus en plus de systèmes d'aide et ce de manière plus visible avec le label « aide de la Chine » qui devient « Aide de la Chine pour un futur partagé ». Ce nouveau label fait référence au slogan de Xi « le destin commun de l'humanité » qui se trouve en continuité avec les principes cités dans un « White Paper Policy » d'avant Xi : « sincerity, equality and mutual benefit ; solidarity and common development » (Alden, 2007, p.15 ; Cabestan, 2025).

Il est intéressant de se demander comment la présence chinoise est en général perçue par les populations locales. Les Africains, se rendent compte du « caractère prédatif » de la Chine, cela peut rappeler l'action des colonisateurs européens, mais la présence économique chinoise est plutôt reçue de manière positive. En effet, elle est vue comme dynamique de par ses investissements et ses projets de construction d'infrastructure, ainsi que dans d'autres domaines comme l'agriculture ou l'éducation. De plus, toutes ces aides permettent de montrer une Afrique qui bouge, qui progresse et améliore donc l'image du continent. Et finalement, la Chine permet aux États de se détacher de l'influence des Occidentaux, anciens colonisateurs et en étant plus flexible que l'Union Européenne, le FMI ou l'OMC au niveau des conditions d'assistance. Il

ne faut pas négliger non plus les efforts mis en place par la Chine pour soigner son image auprès des Africains. La Chine possède des agents d'influence envoyés en Afrique afin de faire naître un sentiment d'adhésion envers la Chine, ses leaders et ses intérêts en Afrique, mais aussi pour se présenter dans les esprits des élites et des populations comme détenant le leadership mondial, et comme seule alternative au modèle occidental qui ne fonctionne pas (Courmont, 2009, p.92-93 ; Struye de Swielande, 2012a).

D. La Belt and road initiative :

La Belt and Road Initiative (BRI), est selon les documents du gouvernements chinois, une initiative qui a pour but de mettre en place dans des centaines d'États des projets de coopération et des investissements d'infrastructures et de développement. Elle a officiellement été lancée en 2013, mais des traces de projets liés à la BRI peuvent être trouvés avant cette date. La BRI se base sur l'ancienne Route de la Soie et sur les connections historiques de la Chine dans la région eurasiennne (Bakota, 2024, p.271-272). Cette initiative est un outil pour la Chine qui lui permet d'établir des connections avec une large partie du monde. Ces connections sont faites via les investissements dans les infrastructures, les corridors économiques et de transports. Ce sont des connections entre pays « physically, financially, digitally and socially ». La BRI inclut des pays faisant partie de l'Asie, de l'Afrique, de l'Europe et du Moyen-Orient et même d'une partie d'Amérique latine (Mobley, 2019). La BRI a donc été ouverte à des pays qui ne se trouvaient pas sur les routes maritimes et terrestres initiales (Links, 2021). Ci-dessous un tableau qui reprend tous les États ayant signé les accords de coopération sous la BRI.

East Asia	China, Mongolia, South Korea, Japan
Southeast Asia	Singapore, Thailand, Malaysia, Vietnam, Laos, Brunei, Cambodia, the Philippines, East Timor, Myanmar, Indonesia
South Asia	India, Pakistan, Sri Lanka, the Maldives, Bangladesh, Nepal, Bhutan, Afghanistan
Central Asia	Kazakhstan, Uzbekistan, Turkmenistan, Tajikistan, Kyrgyzstan
West Asia	Turkey, Iraq, Iran, Kuwait, UAE, Saudi Arabia, Jordan, Qatar, Israel, Yemen, Syria, (Palestine), Lebanon, Bahrain
Eastern Europe	Russia, Ukraine, Belarus, Azerbaijan, Armenia, Georgia, Moldova
Central Europe	Estonia, Latvia, Lithuania, Poland, Czech Republic, Hungary, Slovenia, Croatia, Bosnia and Herzegovina, Serbia, Montenegro, North Macedonia, Albania, Bulgaria, Romania
(Other) Europe	Italy, Luxembourg, Portugal, Cyprus, Malta, Greece
Saharan Africa	Algeria, Morocco, Mauritania, Libya, Tunisia, Egypt, Sudan, Chad, Mali, Senegal, Gambia, Niger, Eritrea, Djibouti
Sub-Saharan Africa	Sierra Leone, Liberia, Guinea, Burkina Faso, Ivory Coast, Ghana, Nigeria, Benin, Togo, Gabon, Cameroon, CAR, South Sudan, Ethiopia, Somalia, Kenya, DR Congo, Republic of Congo, Zambia, Ecuador, Guinea, Cape Verde, Zimbabwe, Angola, São Tomé and Príncipe, Malawi, Rwanda, Burundi, Tanzania, Mozambique, Botswana, Namibia, Comoros, South Africa
Caribbean America	Cuba, Jamaica, Dominican Republic, Dominica, Barbados, Antigua and Barbuda, Grenada, Trinidad and Tobago
Central America	El Salvador, Nicaragua, Costa Rica, Panama
South America	Venezuela, Suriname, Guyana, Ecuador, Peru, Bolivia, Chile, Argentina, Uruguay
Oceania	New Zealand, Papua New Guinea, Micronesia, Kiribati, Samoa, Tonga, Vanuatu, Fiji, Solomon Islands

(Bakota, 2024)

La BRI est supposée profiter aux États qui y participent en favorisant leur croissance économique et leur développement industriel (Yu, 2024, p.6). Néanmoins, la BRI a suscité et suscite toujours quelques critiques. Premièrement, certains reprochent à la BRI d'être un réseau commercial sino-centré, allant même jusqu'à dire que la BRI représente une tentative pour la Chine d'asseoir sa domination sur toute l'Eurasie. Une autre critique qui complète la première est l'idée que derrière la BRI, se cache un objectif sur le long terme qui va au-delà de la connexion de la Chine au monde entier. La Chine s'engagerait dans cette entreprise pour récupérer le prestige et la puissance qu'elle a pu avoir avant le « siècle d'humiliation » (Bakota, 2024, p.281-283). Ensuite, il est reproché à la Chine d'entreprendre une forme de néocolonialisme avec des États moins développés. Elle est accusée par les États occidentaux de mettre en place des pièges par l'endettement et des liaisons de marchés créant de la dépendance envers la Chine par la « salami tactics ». C'est-à-dire qu'elle accorde des

prêts en laissant la possibilité de rembourser plus tard grattant ainsi du terrain sur le long terme. De plus, la « générosité » de la Chine envers des pays nécessitant des fonds pour le développement, rend difficile pour eux de résister (Mobley, 2019 ; Bakota, 2024, p.281-283). La Chine détient différents moyens pour financer les projets via la BRI. Elle a notamment des institutions multilatérales comme sources de financement. De cette manière, l'AIIB (Asian Infrastructure Investment Bank) a été développée comme alternative aux institutions financières déjà existantes qui pouvaient créer de l'insatisfaction auprès des États receveurs de fonds par manque d'attention accordé aux infrastructures et à la croissance économique. L'AIIB fonctionne tout de même comme les autres institutions, avec une structure multilatérale et différentes procédures opératoires, ce qui donne une image positive à cet outil chinois. La Chine a d'autres outils moins contraignants pour financer les projets de la BRI grâce à ses banques commerciales et politiques (« agents of Chinese state-capitalism that employ subsidized capital to achieve a combination of commercial and geopolitical aims »). La majorité des projets de la BRI sont financés par les banques politiques de l'État telles que « Exim Bank of China » ou « China development Bank », (Mobley, 2019).

E. La Chine dans les Balkans :

Historiquement et géographiquement, les Balkans se trouvent à l'intersection des routes migratoires et de civilisations (Krstinovska, 2022). Les relations amicales avec la Chine dans la région ne sont pas quelque chose de nouveau. En effet, quand la Yougoslavie formait encore un État uni, Milosevic entretenait de bonnes relations avec la Chine, qui se traduisait par une coopération amicale. Après la guerre en Yougoslavie, la Chine a maintenu cette relation avec différents pays de la région et en particulier avec la Serbie. La Macédoine du Nord n'a pas fait partie de cette catégorie en raison de sa reconnaissance de Taiwan (Zuokui, 2019). La période de la fin des années 2000 et du début des années 2010 engage une période d'approfondissement de la relation (Krstinovska, 2022). En 1999, Pékin lance sa « Doctrine politique d'extraversion » dont le but est d'ouvrir la Chine au monde, « to go global », en promouvant les investissements extérieurs. Cela a conduit en 2012 à l'introduction du Format « 16+1 » (Marciacq, 2018). Ce cadre de coopération régionale avec la Chine a pour but de d'augmenter le commerce, les investissements et les échanges culturels à

deux sens (Zuokui, 2019). Il est possible d'observer une ressemblance entre le Format « 16+1 » et le FOCAC en raison du caractère d'avantage bilatéral de la coopération, même si cela est organisé dans un cadre multilatéral. Le Format « 16+1 » est davantage « une structure collective pour des intérêts individuels qu'une structure collective pour des intérêts collectifs » (Godement & Vasselier, 2017).

La Chine a plusieurs avantages à entretenir sa relation avec la région des Balkans. Premièrement, la région offre un avantage quant au marché que la Chine peut atteindre. En effet, même si les pays des Balkans ne sont pour la plupart pas membre de l'Union Européenne, ils bénéficient, du fait de leur proximité géographique, de soutiens de l'UE et sont intégrés dans le Marché Européen. C'est donc une manière pour la Chine d'atteindre le Marché Européen. Ensuite, la localisation géographique des Balkans représente également un avantage pour le commerce. La région se trouve au carrefour entre l'Europe, le Moyen-Orient et l'Afrique, ce qui la rend géographiquement stratégique pour étendre les possibilités de marché de la Chine. Et finalement, la Chine perçoit la région comme voyant émerger un marché proposant d'importantes opportunités pour investir. Pour ce qui est des avantages à coopérer avec la Chine pour les Balkans, nous pouvons les retrouver dans le besoin de construction d'infrastructures et de développement du secteur de l'industrie et du commerce. Les guerres qui ont touché la région ont eu des répercussions matérielles et ont ralenti le développement économique pour la majorité des pays des Balkans augmentant la nécessité d'obtenir des fonds pour leur reconstruction (Zuokui, 2019).

En complément du Format « 16+1 », la région des Balkans fait également partie de la BRI. La Macédoine du Nord et la Serbie l'ont rejoint en 2015 et l'Albanie, la Bosnie-Herzégovine et le Monténégro en 2017 (Krstinovska, 2022). Dans cette région, la politique de la Chine est principalement centrée autour d'investissements publics dans l'intérêt des États. Les secteurs des transports et de l'énergie sont principalement ciblés (Marciacq, 2018). Initialement, la plupart des projets étaient financés sous forme de prêts concessionnels accordés par les institutions financières chinoises, donnant des taux d'intérêts favorables et de longues périodes de remboursement de prêts, ce qui était attractif pour les pays des Balkans. Mais au vue de l'accroissement de la dette publique de certains États, les moyens de financement des projets ont dû être modifiés au profit d'investissements plus directs ou de

financements via des partenariats publics ou privés, ou encore en obtenant des subventions européennes (Zuokui, 2019).

Pour ce qui est des échanges commerciaux bilatéraux, ils ont effectivement augmenté entre la Chine et les États des Balkans, non sans que le déficit commercial ait aussi augmenté. En effet, le prix des produits de consommation chinois étant plus bas que ceux des fabricants occidentaux, la quantité des importations de la Chine vers les Balkans a cru. Ce qui pose problème pour les Balkans, c'est qu'eux exportent surtout des matières premières (provoquant de la pollution et des possibles épuisements des réserves) à faible valeur ajoutée, alors que la Chine exporte des produits finis à haute valeur ajoutée. Il y a donc un déséquilibre dans leurs échanges commerciaux (Krstinowska, 2022).

Pour finir avec ce tour d'horizon de la Chine dans les Balkans, nous pouvons nous pencher sur l'opinion publique des populations locales par rapport à la Chine. Il est observé qu'excepté en Albanie, l'opinion publique est plutôt favorable à la présence de la Chine. Cela, est dû en partie au rôle que jouent les leaders politiques de la région. De fait, ceux-ci s'efforcent de transmettre des représentations positives de leur partenaire chinois en soulignant par exemple ce qui a pu être construit et entrepris grâce à leur financement. L'Albanie figure comme exception car le gouvernement ne fait pas cet effort (Krstinowska, 2022).

3. Les Instituts Confucius en Angola et en Serbie

A. Les Instituts Confucius dans le monde

Un élément central dans le Soft Power chinois est l'implantation des Instituts Confucius dans le monde. Ces instituts font partie des « International and Culture Promotion Organisation », qui sont des organisations mises en place et/ou sponsorisées par un État ou une région dans le but de promouvoir une langue, une culture, à destination de nationalités différentes ou qui parlent une langue différente (Li, 2023). Les Instituts Confucius sont donc des instituts d'apprentissage de la langue et de la culture chinoise. Le premier centre a été mis en place en 2004, à Seoul en Corée du Sud (King, 2013). Depuis, ces centres se sont développés sur les différents continents. En 2020, le Hanban comptait 541 Instituts Confucius et 1170 classes Confucius dans 162 pays différents (Repnikova, 2022, p.11). Ces instituts prennent inspiration des instituts du même genre, britanniques, français, allemands ou espagnol (ex : Instituts Cervantes) qui visent à promouvoir leur langue à l'étranger (Huang, 2022). Les activités des Instituts Confucius sont à la fois basées sur la promotion du Mandarin et sur la promotion de la culture chinoise. Ils proposent donc un éventail large d'activités allant de la calligraphie, à la cuisine et au cours de Tai Chi. En plus de cela, ils proposent également des activités pour un public plus large comme des projections de films ou des conférences (Gil, 2019). Les classes Confucius quant à elles sont des cours destinés aux élèves d'écoles secondaires qui veulent apprendre la langue chinoise. Ces cours bénéficient de leur lien avec un Institut Confucius pour ce qui est de l'expertise de la langue et des ressources mises à disposition par l'institut (Hartig, 2015, p.104)

Ces instituts s'installent sur les campus des universités sur base d'un accord tripartite entre le Hanban, l'université locale et une université chinoise qui fournit les professeurs de mandarin. L'implantation des instituts directement dans l'enceinte des universités étrangères leur donne un certain pouvoir de levier sur les universités d'accueil. Chaque institut comprend un co-directeur chinois et un co-directeur local, et le reste du personnel est en général chinois (Charon & Jeangène Viller, 2024, p.322-325). Néanmoins, la répartition de pouvoir entre les deux directeurs dépend en grande

partie de l'institut. En effet, dans certains cas comme en Éthiopie, l'Institut Confucius est surtout géré par le directeur chinois, or dans d'autres cas comme en Russie ou aux États-Unis, c'est le directeur local qui a plus d'importance dans la gestion de l'institut (Repnikova, 2022, p.14). Le site internet officiel des Instituts Confucius précise que le Hanban est responsable de la gestion globale et de l'opérationnalisation des Instituts Confucius, mais pour ce qui de la gestion journalière des activités de chaque institut, cela ressort des directeurs locaux. Chaque Institut Confucius a pour mission de gérer les activités en accord avec les réglementations des Instituts Confucius combinées avec la régulation locale (*Confucius Institute*, s. d.).

En ce qui concerne le financement des Instituts Confucius, nous pouvons observer trois modèles différents; un sponsoring chinois via la Hanban, un sponsoring local par l'université qui accueille l'institut ou, comme dans beaucoup de cas, un financement mixte de l'université locale et du Hanban. Il est observé qu'en Afrique en général, le Hanban finance une grande partie de l'institut alors que l'université locale est chargée de payer les logements des professeurs et l'équipement pédagogique (Repnikova, 2022, p.14). En plus de ces répartitions de financement, le Hanban prend généralement en charge l'aide initiale lors de l'établissement d'un nouvel Institut Confucius et propose également des bourses aux étudiants afin de leur donner l'opportunité d'étudier en Chine (Charon & Jeangène Viller, 2024, p.322-325 ;Hartig, 2015, p.126). Il ne faut pas négliger non plus le rôle que tiennent les ambassades et consulats chinois qui jouent parfois les intermédiaires entre le Hanban et les universités locales (Paradise, 2009).

Ces instituts se présentent comme des entités indépendantes d'une personne morale ou comme des organisations non gouvernementales. Néanmoins, il ne faut pas nier leur lien à l'État chinois via le Hanban lui-même affilié au ministère chinois de l'éducation comme expliqué précédemment. De plus, leurs missions principales rejoignent les missions diplomatiques de Beijing, c'est-à-dire, des missions « de respect mutuel, de discussion amicale, d'égalité et de bénéfices mutuels ». L'indépendance des instituts par rapport de l'État chinois n'est donc pas totale (Huang, 2022). Selon Beijing, les Instituts Confucius sont des instruments qui permettent à la Chine d'être mieux comprise à travers le monde et à faciliter le business avec la Chine, et non des outils d'influence sur les autres États (King, 2013 ; Paradise, 2009). Nous

pouvons également mettre en évidence un autre objectif qui est de contrebalancer la domination américaine en matière d'influence culturelle (Hartig, 2015, p.101). Ensuite, un autre but peut ressortir de l'implantation des Instituts Confucius. De fait, ils peuvent être perçus comme une manière de tisser des liens avec des institutions d'éducation étrangère en plus de la simple promotion de la langue et de la culture (Luqiu et McCarthy, 2019).

Nous pouvons maintenant nous pencher sur les activités proposées par ces instituts. Nous pouvons citer trois groupes d'activités que l'on peut retrouver dans les Instituts Confucius. Le premier groupe reprend les activités liées à l'apprentissage de la langue chinoise. C'est-à-dire, les cours correspondant à différents niveaux de maîtrise du mandarin, pouvant comprendre des cours de mandarin spécialisé autour du business. Des tests appelés HSK sont alors organisés pour évaluer la maîtrise de la langue des étudiants. On y retrouve aussi l'entraînement de locaux au mandarin afin qu'ils puissent à leur tour enseigner la langue. Ensuite, le deuxième groupe comprend des activités liées à la culture. Cela passe par l'organisation d'expositions, de projections de films, de célébrations du nouvel an chinois, de cours de Tai Chi, etc. Et le dernier groupe reprend les activités reliées au business (Hartig, 2015, p.129-131). Dès lors, les selon les Instituts Confucius, les activités peuvent être davantage tournées vers l'apprentissage de la langue ou plus vers le business (Paradise, 2009). Ainsi, les Instituts Confucius peuvent toucher un public large allant des étudiants, du personnel des universités, des personnes dans le business ou des entreprises locales désirant faire des affaires avec des entreprises chinoises, mais aussi un public large intéressé par la langue et la culture chinoise (Hartig, 2015, p.129). En Afrique, il a été identifié auprès d'étudiants d'Instituts Confucius, trois raisons pour lesquels ils désirent apprendre le mandarin ; parce qu'ils aimeraient aller en Chine, parce qu'ils voudraient travailler dans des entreprises chinoises et parce que cela leur ouvre des portes pour travailler pour le gouvernement local. Très peu apprennent le mandarin parce qu'ils aiment la culture chinoise (Li, 2023).

Les Instituts Confucius sont tenus de ne pas participer à des activités qui ne respecteraient pas leurs missions et surtout comme dit précédemment, ils doivent respecter les lois et réglementations locales ainsi que chinoises, et respecter la culture locale et les traditions éducatives et sociales locales. Cela peut faire ressortir des questions

de conflits d'intérêts, car dans beaucoup d'universités, l'éducation met un point d'honneur à respecter la liberté d'expression académique (Hartig, 2015, p.131). Or, la liberté d'expression implique la possibilité de tenir une position critique à l'égard du gouvernement chinois et de certains sujets délicats pour la Chine comme Hong Kong, le Tibet ou Taiwan par exemple. Il est donc légitime de se demander jusqu'à quel point les Instituts Confucius respectent les traditions éducatives et sociales locales ce qui fait pourtant partie de ses principes. Cela nous amène à la problématique de l'auto-censure qui est souvent reprochée aux Instituts Confucius. Même si de nombreux membres du personnel des universités d'accueil suivent les discours du Hanban et prétendent que les actions des Instituts Confucius sont à visée purement éducative et culturelle, des cas d'auto-censure ont été observés concernant des sujets politiques sensibles pour l'État chinois (Repnikova, 2022, p.16-17). Dans son article, Hartig a pu obtenir des témoignages d'employés d'Instituts Confucius en Australie, où il lui a été rapporté que même si le Hanban n'entrave pas les activités quotidiennes des employés des instituts, il est nécessaire d'avoir son approbation (dont financière) pour permettre la mise en place du programme annuel. De plus, ils reconnaissent que certains sujets iront au-delà des limites acceptées par la Chine et ne se lancent pas là-dessus (Hartig, 2015, p.133).

Dans ces cas-là, les instituts se rapprochent davantage du Sharp Power que du Soft Power. Ce type de pouvoir implique une domination de l'État sur l'expression et la communication politique (Walker, 2018). Cela explique donc pourquoi le Sharp Power est majoritairement utilisé par des régimes autoritaires tels que la Russie, ou la Chine dans notre cas. Il représente une certaine modernisation des moyens de répression de ces régimes. Ils passent par des secteurs tels que les médias, l'éducation, via les Instituts Confucius dans notre cas, le commerce ou encore la technologie, afin d'étendre leur influence, réduire la liberté d'expression et interférer dans les idées et valeurs des systèmes démocratiques (Walker et Ludwig, 2021). Nous pouvons donc observer des dynamiques liées au Sharp power dans les think tanks, dans des initiatives culturelles et éducatives, dans la presse etc. Ces secteurs sont des cibles qui rendent possible la pénétration des régimes autoritaires dans les environnements démocratiques (Walker, 2018). En réussissant à mettre en place de l'auto-censure au sein des Instituts Confucius, l'État chinois parvient à manipuler les opinions dans des pays étrangers.

Finalement, il est important de noter que récemment, certains Instituts Confucius ont été fermés, surtout dans des États occidentaux (aucun n'a été fermé sur le continent africain). Ces Instituts Confucius sont accusés d'être des programmes malveillants ou des agences d'espionnages (Li, 2023).

B. Institut Confucius de l'Université Agostinho Neto en Angola

L'Université Agostinho Neto (UAN) se trouve dans la capitale de l'Angola à Luanda. L'Institut Confucius lié à cette université a été inauguré en septembre 2016 et est le fruit d'un accord de 2014 entre l'université angolaise, le Hanban, l'Université Normale de Harbin en Chine et l'entreprise chinoise CITIC Construction (*Novo Instituto Confúcio reforça laços culturais China-Angola*, 2016). Cet institut est le premier Institut Confucius à avoir été fondé en collaboration avec une entreprise. Celle-ci a fait donation de la construction du bâtiment abritant les classes de l'institut, l'université ne disposant pas de suffisamment de locaux pour organiser les cours (Li, 2022 ; *First Chinese company-funded Confucius Institute established in Angola*, 2016). CITIC Construction est une entreprise présente sur différents continents (Algérie, Angola, Venezuela, Brésil, Argentine, Ouzbékistan, Kazakhstan, Biélorussie, Afrique du Sud, Kenya, Russie, Myanmar), qui définit sa mission sur son site internet comme : « During the whole life circle starting from project planning, the Company is dedicated to providing clients with package solutions encompassing feasibility study, project approval and initiation, financing, construction and operation, all of which can help the clients to expand upstream and downstream industries to develop complete value chains. » (*About Us*, s. d.).

Ce lien avec une entreprise chinoise n'est pas anodin. Il a été observé en Afrique que beaucoup d'élèves ayant suivi des cours dans un Institut Confucius, finissent souvent par soit travailler eux-mêmes au sein d'un Institut Confucius, soit par trouver un emploi au sein d'une entreprise chinoise ou d'une organisation reliée à la Chine. Un Institut Confucius comme celui de l'UAN propose des cours conçus directement pour les besoins des entreprises chinoises. Ainsi, les étudiants grâce à leur compétences linguistiques et professionnelles, peuvent potentiellement intégrer CITIC Construction (Li, 2021), ce qui profite à la fois à la Chine et aux Angolais. De cette

manière, la Chine via les étudiants des instituts rejoignant des structures de travail chinoises, arrive à créer un réseau en Angola (Li, 2021).

Une particularité de l'Institut Confucius de l'Université Agostinho Neto est que la communication se passe principalement via Facebook. On retrouve sur leur page Facebook « Instituto Confúcio na Universidade Agostinho Neto », les informations concernant les horaires des cours, les résultats des examens HSK ou encore les modalités d'inscription à des programmes en ligne de chinois. Cette particularité montre comment la dimension digitale a pris une grande importance dans la diplomatie publique chinoise. L'usage des réseaux sociaux a ainsi pris de l'importance dans la communication officielle chinoise comme les ambassades. L'ambassade chinoise en Angola possède d'ailleurs également une page Facebook très active. L'usage des réseaux sociaux permet à la Chine de transmettre une image positive d'elle-même. De plus, en utilisant ce type de communication, la Chine vise également à trouver plus facilement l'audience qu'elle vise et peut adapter son discours à celle-ci (Marinho, 2020). Ainsi, l'Institut Confucius de l'UAN arrive à toucher son public auprès des étudiants de l'université. Néanmoins, il est nécessaire de préciser qu'il existe deux pages Facebook dont une débute le 2 mars 2019 et s'arrête en 2024 et l'autre remonte jusqu'à avril 2018 mais s'arrête en juin 2019. Il manque donc tout une partie de la communication de l'institut de septembre 2016 jusqu'à mars 2018. Il est possible d'imaginer qu'une autre page Facebook existait et qu'elle a peut-être été supprimée ou que la communication se faisait directement dans l'enceinte de l'université et de l'institut.

De plus, il semble que la page Facebook soit tenue par un professeur chinois de l'institut ; un poste d'avril 2019 précise qu'il ne parle pas portugais et qu'il faut donc s'adresser à lui en chinois ou en anglais. On retrouve sur cette page en plus des informations pratiques relatives au cours, divers postes qui partagent des photos ou vidéos montrant des aspects de la Chine comme des vidéos de Kungfu, des repartages du media CCTV/CGTV montrant par exemple des images de la Muraille de Chine, de l'exploration spatiale chinoise de Mars, de villages écologiques, de la neige dans le désert doré ou encore des vidéos de danse exécutées dans le cadre d'un événement de la Belt and Road Initiative. Ces postes semblent promouvoir une image positive de la Chine montrant sa beauté ou ses exploits. Ensuite, certains postes sont des repostes de

publication de la page de l'ambassade chinoise en Angola. Ces postes montrent la grandeur de la Chine et les apports que la Chine réalise pour l'Angola. Par exemple, nous pouvons y voir des images relatant un don de la Chine à l'Angola de matériel pour lutter contre le covid 19 durant la pandémie. Un autre poste a été repartagé à l'occasion du 93^{ème} anniversaire de l'armée populaire de libération de la Chine et vante ses victoires. En partageant de manière active des images positives de la Chine, la page Facebook de l'Institut Confucius de l'UAN participe activement à la construction d'une narration qui peut influencer positivement l'opinion des étudiants de l'institut. Pour revenir à l'ambassade chinoise en Angola, nous pouvons observer que celle-ci est liée à l'Institut Confucius de l'UAN. En effet, au cours de la période étudiée, il y a eu des visites de l'ambassadeur à l'institut ou encore des activités à l'ambassade avec la participation des étudiants de l'institut pour donner un concert par exemple. Cela montre que les Instituts Confucius ne sont pas complètement indépendants de l'État chinois.

Ensuite, le reste des postes montrent les activités de l'institut ; les initiations de tai chi, les cours de calligraphie, les voyages que l'institut a pu organiser en Chine pour ses élèves ou encore des compétitions de maîtrise du chinois. Ce que nous pouvons remarquer c'est que la plupart des activités sont dirigées à destination des étudiants et non du grand public. Il n'y a pas eu des projections ou de conférences organisées par exemple, qui pourraient toucher un public plus large. Cela peut refléter la volonté de l'institut de former les étudiants dans un but d'intégrer par la suite un réseau professionnel lié à la Chine et possiblement à CITIC Construction. L'institut appuie plus sur l'aspect business que sur la promotion de la culture plus largement, même si cela n'efface tout de même pas complètement sa mission linguistique et culturelle. Pour en finir sur la communication via les réseaux sociaux de l'institut, il existe également un compte twitter de l'Institut Confucius de l'UAN. Il a été observé une augmentation de l'usage de Twitter par les diplomates, les ambassades et les médias affiliés à l'État chinois pour exprimer leurs opinions sur Twitter (Guo & Qin, 2024). Aux vues du lien entre les Instituts Confucius à l'État chinois et à l'ambassade, et de leur rôle dans la diplomatie publique de la Chine, nous pouvons considérer que l'institut suit la même dynamique que les ambassades en ce qui concerne l'usage de Twitter. L'augmentation de l'usage de ce réseau social s'inscrit dans le cadre de la volonté de donner la version chinoise de l'histoire (« telling China's stories well »).

Ainsi de nombreux diplomates décident de défendre les choix politiques du gouvernement chinois sur le réseau social. Nous pouvons les qualifier de « Wolf-Warrior », car ils peuvent présenter une diplomatie publique intense et parfois agressive (Guo & Qin, 2024). Si l'on applique cela au cas du compte Twitter de l'Institut Confucius de l'UAN, nous pouvons y observer une série de tweets durant la pandémie qui répondent de manière tranchante à des tweets de Donald Trump, de son fils ou de médias occidentaux concernant la gestion de crise du Covid de la Chine. Ces deux exemples montrent le caractère virulent du compte et également un discours de victimisation vis à vis des accusations occidentales.



Sources : @ConfucioNa (<https://x.com/confucionna>)

Le reste des tweets présents sur le compte sont principalement de retweets de l'ambassade chinoise en Angola. Il y a très peu d'informations sur les activités linguistiques et culturelles de l'institut en tant que tel et le compte n'est actif que depuis la crise covid. Le compte est davantage focalisé sur des sujets politiques et sur la

pandémie et n'a que très peu de followers. De plus, en parcourant le compte il semble que celui-ci soit géré par une personne particulière, peut-être un professeur de l'institut comme c'est le cas sur Facebook, plutôt que par l'organisation en général.

Après avoir parcouru les caractéristiques de l'Institut Confucius de l'UAN, nous pouvons nous pencher sur l'université partenaire, c'est-à-dire l'Université Normale de Harbin (UNH), afin de comprendre si celle-ci pourrait exercer une influence sur la liberté d'expression au sein de l'institut en fonction de sa position par rapport au Parti Communiste Chinois. L'UNH est une université publique qui fait partie du « Central and Western University Basic Capacity Building Project » (Harbin Normal University (HRBNU), s. d.). Ce projet a pour but de mettre en œuvre de manière cohérente la politique du Parti en matière éducative et d'établir efficacement au sein des universités un travail d'exploitation des talents (Central and Western University Basic Capacity Building Project, s. d.). De plus, on retrouve dans la charte de l'université mise à jour en 2024, quatre articles qui nous indiquent comment le Parti exerce une influence sur les activités et les programmes de l'université. Nous pouvons donc affirmer que l'université n'est pas indépendante du Parti.

***Article 24** L'école met en œuvre le système de responsabilité principale sous la direction du Comité de l'Université normale de Harbin du Parti communiste chinois (ci-après dénommé le "Comité du parti scolaire").*

***Article 25** Le Comité du Parti de l'école dirige de manière exhaustive le travail de l'école, remplit les responsabilités stipulées dans la Constitution du Parti et d'autres choses, assume la responsabilité principale de la gouvernance du Parti et de la gestion des écoles, prend la direction, gère la situation globale, prend des décisions, s'empare de l'équipe, dirige l'équipe et assure la mise en œuvre, et soutient le directeur pour prendre l'initiative conformément aux dispositions de la loi sur l'enseignement supérieur de la République Populaire de Chine, effectuer le travail de manière indépendante et responsable pour assurer l'achèvement de diverses tâches telles que l'enseignement scolaire, la recherche scientifique et la gestion administrative*

Ensuite, les deux prochains articles nous indiquent la situation ambiguë qui entoure la liberté d'expression académique. Le premier article indique que l'expression de ses opinions fait partie des droits que les enseignants détiennent au sein de l'université, mais le deuxième précise qu'ils ont également des obligations qui ne sont pas compatibles avec ce premier article. Cela remet donc en question la liberté d'expression académique au sein de l'université (哈尔滨师范大学章程 (Charte de l'Université normale de Harbin), 2024).

Article 60 Les enseignants et le personnel de l'école jouissent des droits fondamentaux suivants : [...] (II) Participer à des groupes universitaires professionnels conformément à la loi et exprimer pleinement ses opinions dans les activités académiques.

Article 61 Les professeurs et le personnel de l'école doivent remplir les obligations de base suivantes : (1) Être fidèle à la cause éducative du Parti, respecter la Constitution, les lois et règlements et la moralité sociale, et pratiquer les valeurs fondamentales du socialisme.

Au vue de la liberté d'expression limitée au sein de la UNH, il est possible d'envisager que cela puisse impacter également la liberté d'expression directement au sein de l'Institut Confucius de l'UAN pouvant provoquer de la (auto-)censure. Il peut être intéressant toutefois de préciser que l'Academic Freedom Index a donné à la Chine en 2024 un score de 0,07 sur une échelle où 1 représente le plus haut niveau de liberté académique et 0 le plus bas. Cela implique qu'en général les universités en Chine ont peu de liberté d'expression dans les milieux académiques. L'Angola quant à elle a reçu un score de 0,44, ce qui implique que la présence de la Chine directement sur le campus de l'UAN, pourrait faire diminuer son score national (Academic Freedom Index. (s. d.)).

C. Institut Confucius de l'Université de Belgrade et Institut Confucius de l'Université de Novi Sad en Serbie

1) Institut Confucius de l'Université de Belgrade

L'Institut Confucius de l'Université de Belgrade a ouvert ses portes en 2006. Il était initialement en partenariat avec l'Université Normale de Nanjing, mais depuis 2009, avec l'Université de Communication de Chine. En comparaison avec l'Institut Confucius de l'Université de Novi Sad, celui de Belgrade est plus grand (Jianjun, 2018). Cet institut propose un éventail large d'activités qui sont décrites sur son site internet. En effet, il propose évidemment des cours de mandarin, mais aussi divers activités culturelles ; des célébrations pour le nouvel an chinois, des conférences, des projections de film, des expositions, des ateliers de calligraphie et de peinture chinoise, des initiations au tai chi, des ateliers de cuisine ou encore des activités dans des lycées comme des cours de langue et de culture chinoise. L'institut organise ce genre d'activités dans le cadre d'événements organisés comme « les journées de la Chine » en collaboration avec le réseau culturel de la « Nouvelle Belgrade », le but étant de faire découvrir la culture chinoise à la population locale (*Dani Kine na Novom Beogradu*, 2012). La célébration du nouvel an chinois est chaque année une occasion pour l'institut d'organiser une série d'événements culturels. Par exemple, en 2012, à cette occasion, l'institut a organisé la semaine du film chinois proposant une projection d'un film chinois chaque jour, des ateliers de cuisine et des ateliers pour apprendre à manipuler des baguettes le jour du nouvel an. L'institut relate sur son site la présence d'environ 200 personnes qui auraient assisté aux projections des films (*Proslava kineske Nove godine*, 2012).

Parmi les différentes conférences et expositions organisées, nous pouvons observer différents sujets qui participent au narratif de son histoire et de sa politique étrangère centrée sur le « rêve chinois » avec notamment la Belt and Road Initiative. Différents exemples peuvent illustrer cela. Premièrement, en 2013, une exposition photos appelée « la Chine d'hier et d'aujourd'hui : villes, lieux et peuples » (*Kina nekad i sad: gradovi, mesta, ljudi*) ». L'institut précise que « Grâce à cette exposition, le public serbe a eu l'occasion de constater les véritables changements dans la société et l'histoire chinoise, et de mieux connaître la Chine et sa culture » (*Izložba fotografija povodom Dana*

republike NR Kine, 2013). Cette exposition a donc permis d'illustrer les avancées effectuées par la Chine grâce à sa montée en puissance dans les années 2000, et présente une image positive de l'État. Un autre exemple, est la conférence « 70 ans de développement pacifique de la Chine et la voie vers la construction d'une communauté de destin (*70 godina miroljubivog razvoja Kine i put ka izgradnji zajednice sa zajedničkom budućnošću*) » qui a eu lieu en 2019. Cette conférence présente la montée en puissance de la Chine et revient également sur l'histoire des relations sino-serbes en appuyant sur le fait qu'aujourd'hui elles se trouvent au plus haut niveau en terme de relations politiques, économiques et culturelles. Cela permet ainsi de légitimer la présence et l'influence de la Chine en Serbie en présentant le partenariat fructueux entre les deux nations (*Predavanje u Biblioteci grada Beograda – 70 godina miroljubivog razvoja Kine i put ka izgradnji zajednice sa zajedničkom budućnošću*, 2019). Ensuite, nous pouvons encore citer deux événements qui participent à la promotion de la BRI. Le premier est une série de conférences, dont une porte sur la route de la soie et est accompagnée d'une exposition. Elle montre les lieux qui sont traversés et façonnés par la route de la soie, ainsi que son rôle et son importance dans le monde (Program Predavanja Instituta Konfucije u Beogradu, 2017). Le deuxième événement est une exposition organisée en 2019, nommée « Le nouveau look de la route de la soie ». L'exposition illustre le nouveau visage des paysages chinois le long de l'ancienne route de la soie aujourd'hui et illustre également la volonté du peuple chinois de construire conjointement la BRI avec d'autres nations (*Izložba u Gradskoj opštini Vračar – Novi izgled Puta svile*, 2019). Ces deux événements peuvent être perçus comme une manière pour la Chine de vendre son projet auprès de la Serbie en montrant l'héritage de la route de la soie et les aspects positifs que la BRI peut apporter, et ainsi s'assurer la bonne mise en œuvre de son projet dans le pays. Il est donc possible de percevoir qu'au travers de ces événements visant à améliorer l'image de la Chine, l'institut participe à la promotion de l'entreprise chinoise au sein de son pays, mais également en Serbie et dans le monde.

Deux événements ressortent lorsque l'on s'intéresse à la possibilité de censure ou d'auto-censure au sein de l'institut. Le premier concerne la problématique du Tibet. En effet l'institut a organisé une conférence intitulée « Histoire tibétaine : A Lai et son œuvre (*Tibetanska prica: A Lai i njegovo stvaralastvo*) » (*Kineska kinematografija : 20. Vek na filmu*, 2014). A Lai est un auteur chinois d'origine tibétaine. Il a notamment

écrit le roman « Red Poppies » qui est un roman dans lequel il décrit le « Vieux Tibet ». Le problème est qu'on lui reproche parfois de reprendre des stéréotypes chinois sur le Tibet et les Tibétains, même s'il utilise le point de vue de l'histoire des Tibétains. Cela signifie qu'il propose une narration alternative à celles qu'on retrouve généralement en Chine sur le Tibet, mais il reste dans les limites de ce qui est admis en Chine. Le roman n'est pas assez marginal que pour pouvoir le considérer comme un récit politique en faveur de l'indépendance du Tibet. La publication de son roman, même si il a eu du mal à trouver une maison d'édition acceptant de le publier, n'a posé aucun problème politique avec le PCC, car il reste politiquement correcte pour la Chine. De plus l'auteur n'a jamais exprimé une position en faveur de l'indépendance du Tibet et accepte que la Chine garde la région (Baranovitch, 2010). L'institut a donc décidé de parler d'un sujet délicat pour la Chine, mais a décidé de ne pas prendre position en faveur de l'indépendance de cette région en sélectionnant un auteur qui parle du sujet sans que cela soit considéré problématique pour le PCC. La conférence participe à une version de l'histoire de la Chine qui convient au PCC.

Le deuxième événement est l'organisation d'une conférence en 2012 sur le prix Nobel de littérature 2012, Mo Yan, par le professeur Pang Chengyu (Université des médias et le communication de la République populaire de Chine) (*Predavanje prof. Pang Cengjua o Mo Jenu*, 2012). Cet auteur tient une position ambiguë par rapport au pouvoir chinois et à la censure du parti envers les auteurs. De fait, il s'est exprimé en disant qu'il espérait qu'un romancier (Liu) puisse être libéré de prison après avoir été accusé de « subversion » pour avoir codirigé un texte en faveur de l'instauration de la démocratie. Mais dans le même temps, il s'est aussi exprimé sur la question de la censure en Chine en disant qu'il estimait qu'il était nécessaire d'avoir un contrôle des artistes, ce qui implique qu'il soit toléré par le régime communiste. Cela a donc fait du bruit au nom de la liberté d'expression au sein des communautés artistiques et au sein des médias lorsqu'il a été annoncé prix Nobel de littérature (Oddos, 2012). Le choix de porter une conférence sur cet artiste fait sens vu le timing lié à la victoire du prix Nobel, mais il peut poser question quant à la position de l'artiste sur la liberté d'expression de artistes. Ainsi, ces deux événements se rapprochent davantage du Sharp Power que du Soft Power, car ils impliquent des questions liées à la censure. Est-ce que l'institut aurait pu parler de la situation au Tibet en prenant un angle

d'approche remettant en compte la légitimité de la Chine d'occuper cette région ? Ou aurait-il pu émettre des critiques quant aux limitations de l'État chinois à la liberté d'expression des artistes ?

L'Institut Confucius de l'Université de Belgrade est également un lieu dédié à la recherche scientifique. Il possède d'ailleurs une revue appelée « The Journal of Confucius Institute in Belgrade ». C'est une revue sur la sinologie et la coopération culturelle sino-serbe (Jianjun, 2018). En novembre, l'institut a organisé la première conférence internationale sur la sinologie en Serbie, appelée « Modern China and its Tradition ». La conférence a pu accueillir 17 invités dont 9 venaient de l'étranger (Chine, Bulgarie, Slovénie et Russie). Ils ont eu l'occasion de présenter leurs recherches et d'en discuter. À l'issue de la conférence, 19 articles ont été publiés et ont pu contribuer aux recherches sur la sinologie (Pušić & Yudong, 2010, p.35). Cela montre bien l'ampleur que l'institut a pu prendre au cours des années et touchant son audience.

De plus, l'institut semble aussi impliquer la classe politique dans ses activités, ce qui montre l'importance que l'institut a pris pour les politiques serbes. En effet, par exemple, lors de la célébration du Nouvel an chinois en 2013, il y a eu une volonté de renforcer la coopération mutuelle avec les municipalités locales. Différents ministres serbes (ministres de l'éducation, des sciences et du développement technologique, de la culture et de l'information, le secrétaire d'état à la jeunesse et aux sports) ainsi que d'autres officiels dont l'ambassadeur de Chine en Serbie étaient présents. Des discours ont été tenus pour souligner les progrès réalisés en ce qui concerne les relations entre la Chine et la Serbie, relations politiques bilatérales ou les échanges culturels entre les deux pays (*U susret godini Zmije*, 2013). Nous observons aussi que l'ambassade de Chine en Serbie reste également assez présente à de l'institut. Elle a une délégation à presque tous les gros événements de l'institut et accueille elle-même des événements comme la cérémonie de remise de diplômes des élèves des cours de mandarin (*Deseta ceremonija dodele diploma*, 2011). En conclusion, nous pouvons dire que l'ambassade de Chine tient un grand rôle dans la promotion de l'influence chinoise en Serbie, en mettant en exergue son pays, et ses entreprises chinoises en Serbie qui contribuent au développement économique du pays (Vladisljev, 2022).

Nous pouvons maintenant revenir sur l'université partenaire de l'Institut Confucius de Belgrade. Tout comme l'université partenaire de l'Institut Confucius de Luanda, l'Université de Communication de Chine indique dans sa charte son lien avec le PCC, et que son idéologie prend de la place dans l'éducation à l'université (*La Charte de la CUC*, s. d.):

***Article 18** L'Université doit adopter le modèle de gouvernance dirigé par le Comité du Parti communiste chinois de la CUC (appelé Comité du Parti de l'Université), qui habilite le président de l'Université à assumer l'entière responsabilité.*

***Article 19** Le Comité du Parti de l'Université est le principal dirigeant de l'Université et exerce ses fonctions conformément aux lois et règlements du Parti communiste chinois. Le Comité du Parti de l'Université guide l'orientation du développement de l'Université, prend des décisions sur les questions importantes, supervise les décisions importantes, soutient le président dans l'exercice indépendant et responsable de ses fonctions et assure l'accomplissement de toutes les tâches de formation des talents. Les principales tâches du Comité du Parti de l'Université sont les suivantes : [...] (5) Fournir des orientations pour le travail idéologique et politique et l'éducation morale à l'université ; adhérer au système théorique du socialisme aux caractéristiques chinoises pour armer les enseignants et les étudiants ; cultiver et mettre en œuvre les valeurs socialistes fondamentales ; détenir fermement le pouvoir de direction, de gestion et de discours sur l'idéologie de l'université ; préserver la sécurité et la stabilité de l'Université et promouvoir la construction d'un campus harmonieux ;*

En outre, en 2022, lors de la réunion annuelle du « Party Newspaper Forum of the People's Republic of China », qui est un forum sur les médias du Parti, le centre de recherche de la revue et du journal du Parti de l'université a annoncé poursuivre ses recherches avec le but de « Learning, studying and serving the Party newspaper » (*Communication University of China (China) The 19th (2022) Annual Meeting of the "Party Newspaper Forum of the People's Republic" was held*, s. d.). De plus, l'actuel président de l'université, Liao Xiangzhong, a été élu par le ministère de l'éducation directement et est lui-même membre du PCC depuis 1988. Il semble donc que l'université est assez proche du Parti, ce qui pourrait avoir une influence sur les

exigences de l'université envers ce qui est permis au sein de l'Institut Confucius de l'Université de Belgrade (Qian & Hongyi, 2018).

2) *Institut Confucius de l'Université de Novi Sad*

L'Institut Confucius de l'Université de Novi Sad a été fondé en 2014 en collaboration avec l'Université agricole et forestière de Zhejiang. L'institut de Novi Sad est moins grand que celui de Belgrade, mais il a une activité intense en ce qui concerne la promotion culturelle de la Chine. Il a organisé en trois ans 200 événements autour de la promotion de la coopération culturelle par des échanges. Cet institut est également plus intégré au sein des cercles de business chinois et du gouvernement local. L'institut coopère avec la Fédération du business chinois de Serbie, la Fédération chinoise de Voïvodine, la Chambre de commerce de Lishui ainsi que le gouvernement provincial de Voïvodine et le gouvernement de la ville de Novi Sad (Jianjun, 2018).

Sur son site internet, l'institut relate ses événements et activités de la même manière que l'Institut Confucius de l'Université de Belgrade. Les deux instituts organisent le même type d'activités incluant divers ateliers, des conférences, des projections etc. Certaines de ces activités comme celles de l'institut de Belgrade participent au discours chinois lié à sa montée en puissance et à la réinstauration de la route de la soie par le biais de la Belt and Road Initiative. Nous pouvons par exemple citer la conférence qui a eu lieu en 2016 intitulée « Le grand tournant chinois (Veliki kineski zaokret) » qui visait à expliquer comment la Chine était en train de reprendre son statut de leader (Gordić, s. d.). En 2017, à l'occasion du troisième anniversaire de l'institut, une exposition de peinture et de calligraphie a été installée, nommée « New Silk Road: One Belt, One Road », illustrant la BRI (*Konfucijev institut Univerziteta u Novom Sadu slavi treći rođendan!*, s. d.). Ensuite, une autre exposition a été inaugurée par l'institut en collaboration avec le Comité de développement du tourisme de Pékin. C'était une exposition de peintures représentant la ville de Pékin qui faisait la promotion du tourisme dans la ville. L'exposition était nommée « À la découverte du nouveau Pékin sur la nouvelle route de la soie » (*Izložba slika „Otkrivanje novog Pekinga na Novom putu svile“*, s. d.). Ces deux expositions centrées sur la route de la soie s'inscrivent dans le cadre de la mise en place de la BRI qui implique la Serbie. Elles permettent de

présenter cette initiative sous un beau jour aux locaux. L'importance de l'Institut Confucius en Serbie est d'autant plus cruciale pour la Chine dans le cadre de la BRI. Les Instituts Confucius sont une manière de resserrer les liens entre les deux nations et ainsi permettre une implantation sereine de la BRI. Lors de la célébration du second anniversaire de l'Institut Confucius de Novi Sad, le ministre adjoint serbe de l'éducation a mis en évidence les progrès faits dans la coopération sino-serbe en matière d'éducation grâce à l'institut et a également souligné la participation de la Serbie dans la BRI. D'autre part, un membre de la délégation de l'ambassade chinoise en Serbie a rappelé l'importance que l'Institut Confucius tient dans les échanges entre les deux pays et l'apprentissage mutuel des cultures, ainsi que dans l'approfondissement de la coopération liée à la BRI (Xinhua, *Serbia's second Confucius Institute marks 9th anniversary*, 2023). Nous observons donc que les activités de cet institut tendent à promouvoir la BRI afin de présenter correctement le projet aux Serbes et faciliter son acceptation.

D. Comparaison des Instituts Confucius des deux cas d'étude

Maintenant que les activités et les structures internes des Instituts Confucius ont été étudiées, nous pouvons entamer une comparaison afin de faire ressortir les différences observables dans les trois instituts. Une première différence entre les deux cas concerne le public cible des Instituts Confucius. En Angola, l'institut semble davantage vouloir cibler des étudiants plutôt qu'un public large. Cela peut s'expliquer par la volonté de former des Angolais à la langue pour leur permettre ensuite d'intégrer les entreprises chinoises telles que CITIC Construction (Li, 2021). Les activités observées de l'institut tournent essentiellement autour de l'apprentissage de la langue. Tandis qu'en Serbie, nous observons que les activités de l'institut visent à intégrer une plus grande partie de la population locale. Les activités semblent davantage promouvoir une image positive de la Chine visant à légitimer l'influence qu'elle tient dans le pays, surtout via la BRI. Nous pouvons donc dire que leurs objectifs sont différents ; l'Institut Confucius de l'UAN visant à créer un réseau professionnel local et les Instituts Confucius de Belgrade et de Novi Sad visant à renforcer et légitimer la coopération politique et économique (BRI). De plus, nous pouvons observer que la classe politique en Serbie semble accorder plus d'importance aux activités des Instituts Confucius en étant présent à divers événements. Cela illustre le fait que les leaders

politiques en Serbie encouragent les mécanismes qui permettent de transmettre une image positive de la Chine, afin de pouvoir poursuivre la coopération économique avec la superpuissance, dans le but d'obtenir davantage d'investissements. Ils mettent de l'énergie dans l'influence sur l'opinion publique serbe en faveur de la Chine (Krstinovska, 2022). Dans le cas de l'Angola, une présence des leaders politiques locaux n'a pas été observée.

Ensuite, nous pouvons nous pencher sur le type d'influence des deux cas. En premier lieu, nous pouvons affirmer que les trois Instituts Confucius exercent une forme de Soft Power, car ils visent à promouvoir une image positive de la Chine afin de légitimer l'influence qu'elle exerce dans les deux pays. Cela s'observe en Angola via les différents postes Facebook, ainsi que les activités qui permettent d'introduire la culture chinoise en Angola comme les initiations au Tai-Chi. Mais nous le remarquons surtout par le fait qu'en permettant aux étudiants locaux d'apprendre le mandarin, cela leur ouvre aussi des portes pour un avenir au sein d'entreprises chinoises, et leur assure un accès à une vie stable dans le futur. L'impact de la Chine sur les Angolais et son activité dans le pays est plus direct

En second lieu, les deux instituts en Serbie, comme expliqué précédemment, offrent une multitude d'activités qui jouent un rôle dans l'image que les Serbes conçoivent de la Chine. Néanmoins, pour ce qui est du Sharp Power la manière de l'exercer diffère dans les Instituts Confucius des deux pays. En effet, dans les Instituts Confucius en Serbie, nous pouvons mettre en évidence la manipulation des récits relatifs au Tibet et à la liberté d'expression qui y est liée, qui amène un questionnement sur la censure ou sur l'auto-censure, caractéristique du Sharp Power. En Angola, nous retrouvons des traces de Sharp Power dans le compte Twitter de l'institut, celui-ci ayant des propos qui répondent agressivement à des tweets qui dérangent le PCC. D'une certaine manière le compte Twitter relié à l'institut tente de limiter les critiques envers les politiques chinoises en les sapant agressivement. Cet usage du Sharp Power peut s'expliquer. En effet, le Soft Power est caractérisé par une capacité d'influence laissant de la place à la volonté humaine pour les sociétés cibles. Le Soft Power est un pouvoir doux, qui n'implique pas de coercition (Nye, 2020). Il repose sur la volonté de l'intercepteur de l'information de l'accepter ou non (Nye, 2018). Il y a une notion de consentement. Or, ce type de pouvoir ne fonctionnant pas totalement pour les

régimes autoritaires comme la Chine, ils décident donc de se tourner vers un type de pouvoir plus agressif. De fait, le Sharp Power n'implique pas la volonté humaine, le but étant d'imposer une idée ou une valeur, telle qu'une version convenue de la situation au Tibet. Les régimes autoritaires utiliseront principalement la diversion, la subversion, l'intimidation ou encore la manipulation (Cuzmanov, 2019). En outre, cette influence porte davantage sur le fait de saper la légitimité des régimes démocratiques à l'international et de limiter la propagation d'idées allant à l'encontre du régime au niveau intérieur, comme l'illustrent les tweets virulent de l'Institut Confucius de l'UAN (Walker, 2018).

Pour finir cette première comparaison, nous pouvons également nous pencher sur l'implication des ambassades chinoises dans les activités des Instituts Confucius. Les ambassades chinoises en Angola et en Serbie sont présentes et montrent un certain soutien envers les instituts des deux pays. Cela relate bien le fait que les Instituts Confucius ne sont pas complètement indépendants de l'État chinois, d'autant plus si l'on considère le lien existant entre le Hanban et le ministère de l'éducation chinois. Ainsi, nous pouvons relier les activités de ces instituts à l'exercice de la diplomatie publique chinoise, qui reflète le contrôle par un État du Soft Power. Les instituts permettent à la Chine de maintenir des relations avec les pays touchés. Ces relations sont principalement liées au business pour l'Angola, tandis que ces relations sont davantage des relations politiques, culturelles et économiques liées à la BRI pour la Serbie.

4. Les médias chinois en Angola et en Serbie

A. Les médias chinois dans le monde

Dans les années 2000, au vu de l'expansion de l'économie chinoise et de sa globalisation, la Chine s'est rendu compte de la nécessité d'étendre ses médias au niveau mondial (Thussu et al., 2018, p.17). Cette expansion s'inscrit dans la continuité de la « Go Out policy » chinoise. Le but de cette stratégie était d'étendre l'influence de la Chine au-delà du domaine économique, pour ainsi impacter les industries liées à la culture et au divertissement (Thussu et al., 2018, p.89). Cela a donc encouragé la République Populaire de Chine à investir massivement dans les médias de l'information et du divertissement (Flew, 2016). Cet investissement en 2009 s'élevait à 6,6 milliards de dollars (International Federation of Journalists (IFJ), 2020). L'objectif principal de cette expansion médiatique pour la Chine était de pouvoir contrer les discours négatifs à son encontre, répandus par les autres médias internationaux. De plus, le fait que les médias occidentaux détiennent le monopole de l'information et que les médias chinois utilisent peu de données de première main, signifiait que le contenu de ces derniers reposaient eux-mêmes sur le contenu des médias occidentaux. Cela influençait donc directement l'information en Chine et impactait directement les chercheurs, les scientifiques, la société en général et même les autorités chinoises. L'enjeu pour la Chine était de renforcer sa puissance nationale de discours, afin de ne plus attendre que les médias occidentaux changent les récits qui entachaient l'image de la Chine (Thussu et al., 2018, p.18 et 85-87).

Lors de son expansion économique, la Chine a dû faire face à une série de discours des médias occidentaux traitant de ses besoins en matières premières et en marchés étrangers, tout en abordant la problématique des droits humains (Kimaiyo, 2024). Ces efforts de développement des médias visent donc à présenter le régime chinois (autoritaire) comme inoffensif, la promouvoir comme modèle de gouvernance, et encourager une certaine ouverture des secteurs financiers par des investissements vers la Chine, principalement auprès des pays du Global Sud (Cook, 2021). La BRI se présente comme un enjeu clef dans l'amélioration de la couverture médiatique relative à la Chine (International Federation of Journalists (IFJ), 2020).

Un plan s'étendant de 2009 à 2020, ayant pour objet la construction d'une capacité de communication internationale a été lancé dans le secteur des médias chinois. Il visait à développer plusieurs groupes de médias influents sur le plan international, afin de refléter l'influence politique et économique croissante de la Chine dans le monde (Thussu et al., 2018, p.68). Pour étendre leur influence, les médias chinois signent des accords de coopération avec des unions de journalisme nationales et signent également des accords d'échange de contenu qui permettent à certains organes de presse locaux de partager et créer du contenu conjointement avec des partenaires chinois. L'influence chinoise atteint également directement les journalistes locaux. En effet, la Chine organise des programmes d'entraînement qui envoient des journalistes étrangers en Chine. Ces formations de journalistes ont pour but de familiariser les journalistes étrangers avec les récits diffusés par la Chine, avec son idéologie et son modèle de gouvernance. Les programmes d'entraînement pour journalistes permettent également de promouvoir les normes chinoises quant aux médias, c'est-à-dire un type de narration centré sur l'état et qui met la priorité sur la stabilité politique plutôt que sur la liberté de la presse (International Federation of Journalists (IFJ), 2020 ; Li, 2024).

Les médias chinois mènent des campagnes sur presque tous les continents visant autant des pays développés que des pays en voie de développement. Ainsi, la Chine supporte d'avantage ses médias en dehors de ses frontières qu'à l'intérieur. Elle renforce ses médias à l'étranger, investit ou se procure des médias locaux ou augmente la contribution des médias chinois dans les médias locaux (International Federation of Journalists (IFJ), 2020). L'utilisation des médias locaux comme intermédiaires entre les médias chinois et l'audience locale, permet à la Chine de toucher un public plus vaste (Cook, s. d.). De plus, depuis que la stratégie d'expansion des médias chinois a été mise en place, la Chine tente d'établir une relation avec son public étranger qui s'éloigne de la propagande (Thussu et al., 2018, p.88). Dans certains cas, il est clairement indiqué que la source des contenus provient des médias chinois, mais dans d'autres cas, des contenus pour la radio ou la télévision ne sont pas clairement identifiés comme venant de médias chinois (International Federation of Journalists (IFJ), 2020). Par conséquent, puisque la Chine met des choses en place pour augmenter son influence à l'étranger via ses médias, nous pouvons affirmer que l'expansion des médias chinois à la suite de la « Go Out Policy » fait partie de la diplomatie publique de la Chine.

La Chine détient différents médias ayant une portée globale. Premièrement, nous pouvons citer Xinhua. C'est une des plus grandes agences de presse du monde. En effet, elle possède une trentaine de branches nationales et approximativement 180 antennes à l'étranger. Elle est présente en Asie, en Amérique du Nord, en Europe, en Afrique du Nord et au Moyen-Orient. Elle a différents quartiers généraux à Madrid, Barcelone, Hong Kong, Moscou, Le Caire, Bruxelles, New York, Mexico City et Nairobi. Elle propose aujourd'hui des contenus publiés en format papier et digital en une dizaine de langues différentes. Sa portée est donc à visée globale. Xinhua est responsable de la publication d'une vingtaine de journaux et magazines comme le « References News » qui est un journal diffusé très largement dans le monde et en Chine. L'agence détient également sa propre chaîne de TV, la « China Xinhua News Network Corporation » qui est une chaîne d'information en continu en anglais et en mandarin. Xinhua n'est pas indépendant de l'État : il se trouve sous la direction directe du Conseil des affaires d'État. Son rôle est de relayer l'information et la propagande du Parti. En général, l'agence fonctionne en employant des journalistes locaux qui sont chargés de traduire des dépêches préalablement écrites par des Chinois (Charon & Jeangène Viller, 2024, p.178-179 ; Gu & Peinado Miguel, 2022). L'agence contribue fortement à la construction du narratif de la Chine, notamment par sa capacité de mise à l'agenda de l'information. De plus, étant donné sa proximité avec l'État chinois, l'agence bénéficie d'informations exclusives, auxquelles les médias occidentaux n'ont pas accès aisément. Néanmoins, la crédibilité de Xinhua est parfois remise en cause, car elle reste souvent associée à un organe de propagande chinois (Cheng et al., 2016).

Ensuite, nous pouvons également citer « China Central Television » (CCTV) qui est le principal réseau de chaînes de télévision publique en Chine et qui a été renommé en 2016 « China Global Television Network » (CGTN). Ce réseau TV a lancé des chaînes d'information en langues étrangères (anglais, français, espagnol, arabe, portugais et russe) et s'est même installé à Nairobi en 2012, afin d'accroître son influence sur le continent africain. CCTV/CGTN existe à l'étranger depuis les années 80, mais sa réelle expansion dans le monde a eu lieu en 2004, guidée par la « Go Out Policy » de la Chine. Les contenus diffusés mettent l'accent sur différents aspects culturels et historiques de la Chine offrant ainsi un discours positif sur la Chine et une contre-narration par rapport aux discours étrangers (Charon & Jeangène Viller, 2024,

p.180-181 ; Thussu et al., 2018, p.70). CCTV/CGTN représente donc un des éléments contribuant à la diplomatie publique de la Chine, mais comme Xinhua, elle a des difficultés à s'imposer au niveau international à cause du lien clair existant avec le Parti Communiste Chinois. Elle se retrouve en opposition avec des médias comme la BBC ou CNN, qui eux parviennent à conserver une indépendance par rapport à leurs États d'origine (Flew, 2016).

Il est nécessaire de citer également « China Radio International » (CRI), qui est la principale radio chinoise se focalisant sur l'international. Elle vise à promouvoir les bonnes relations entre la Chine et le reste du monde. Son contenu se décline en plus d'une soixantaine de langue (Charon & Jeangène Viller, 2024, p.185). Elle est aujourd'hui disponible en autant de langue grâce à la « Go Out Policy ». CRI a adopté une stratégie spécifique à chaque pays, c'est-à-dire que l'organe emploie principalement des locaux afin de profiter de leur connaissance de la culture et des habitudes locales pour produire du contenu qui plait. De plus, cet organe de presse a tendance à fonctionner en se basant sur les dynamiques de marché, ce qui implique qu'elle obtient des revenus grâce à la publicité et à ses activités commerciales et peut donc sortir du modèle chinois des médias dépendants de l'État. Ce média va au-delà du rôle d'acteur du Soft Power chinois, car la groupe a d'autres ambitions, dont économiques, qui rentrent en jeu (Thussu et al., 2018, p.141 et 147-148).

Et finalement nous pouvons citer le China Daily. Ce journal est le premier journal chinois à avoir écrit en anglais. Il a été créé en 1981 sous l'autorité du Département de Propagande du Comité Central. Aujourd'hui, il a implanté une quarantaine de bureaux dans le monde, ainsi que des centres d'impression. Le China Daily se décline sous différentes versions selon les régions (version américaine, européenne, asiatique,...) (Charon & Jeangène Viller, 2024, p.184). Le China Daily Africa, a son quartier général à Nairobi depuis 2012. Son but est de communiquer sur la coopération économique et commerciale, et sur les échanges culturels entre la Chine et les pays du continent africain. Le China Daily Europe Weekly d'autre part, disponible dans 27 pays, a pour but de couvrir des sujets relatifs à la politique, au business, à la culture et à la société, afin de présenter aux Européens les opportunités existant de collaborer avec la Chine (Thussu et al., 2018, p. 130 et 133-134).

La « Go Out Policy » chinoise concernant les médias fait partie du Soft Power et plus précisément de la diplomatie publique chinoise. Néanmoins, nous pouvons constater certaines pratiques de ces médias qui vont au-delà du simple Soft Power. En effet, en pratique les médias font davantage que simplement répandre un récit positif à propos de la Chine. Ils vont jusqu'à saper les normes démocratiques et la souveraineté nationale, affaiblir la pérennité financière des médias indépendants locaux et outrepasser des normes locales en vigueur. Il existe quatre manières d'exercer un tel effet ; la propagande qui promeut le gouvernement et les discours des médias pro-Chine ; la désinformation ; la censure et l'intervention sur des pôles qui permettent la dissémination d'information. Certaines entreprises chinoises par la technologie prennent en main des plateformes de diffusion d'information dans d'autres pays (Cook, 2021). Ces méthodes font partie des mécanismes de Sharp Power utilisées par les régimes autoritaires à l'étranger. Il est rapporté que la Chine supporte les médias qui diffusent un contenu qu'elle approuve, alors que d'autres qui prennent le risque de diffuser des informations critiques quant au régime chinois et au Parti, peuvent être victimes de (cyber)harcèlement et d'intimidation. En cela, le Parti installe une censure et auto-censure à propos des sujets jugés sensibles dans les médias chinois et les médias avec lesquels ils collaborent. En général, les groupes qui pratiquent de l'auto-censure ont un lien avec la Chine ; soit ils ont des intérêts économiques avec la Chine, soit ils sont liés d'une quelconque autre manière à la Chine. Les groupes médiatiques chinois arrivent donc à faire en sorte que les médias étrangers et locaux eux-mêmes diffusent un contenu qui participe à répandre le récit souhaité (Cook, s. d.). Par conséquent, nous pouvons observer que l'influence liée aux médias chinois à l'étranger peut présenter des caractéristiques du Sharp Power.

Toutefois, il faut relativiser l'ampleur de l'influence des médias chinois à l'étranger. En effet, ces médias sont souvent perçus comme manquant de crédibilité et associés à de la propagande, comme il a été dit précédemment. À cela nous pouvons rajouter que les accusations de censure et d'auto-censure participent négativement à la perception extérieure de la Chine. De plus, la sphère médiatique mondiale est toujours dominée par les médias occidentaux, plus spécifiquement britanniques et américains qui participent toujours à la construction de l'image de la Chine. Même si la Chine évolue rapidement et élargit sa gamme de médias et les régions cibles, elle ne détient toujours pas un pouvoir discursif comparable à celui des médias occidentaux ancrés

internationalement depuis longtemps (Thussu et al., 2018, p.19). Par conséquent, la Chine malgré ses efforts, n'arrive toujours pas à exercer une réelle influence via ses médias à l'étranger sur son caractère particulier.

B. Les médias chinois en Angola

En 2006, lors d'un sommet de la FOCAC, la Chine a pu se réunir avec un grand nombre de pays africains dont l'Angola (Campos & Vines, 2008). Comme le montre l'extrait suivant, il a alors été reconnu que les médias tenaient un rôle dans le renforcement des relations sino-africaines. Ce sommet a également permis d'établir un cadre propice au développement d'infrastructures dédiées aux médias chinois en Afrique (FOCAC, 2006) :

5.8.1 Recognizing that increased contacts between their respective news media contribute to comprehensive and objective news coverage of the other side, the two sides encouraged their respective news media to play a positive role in enhancing mutual understanding and friendship.

5.8.2 The two sides support multi-level exchanges and cooperation in various forms between their press authorities and media and exchange more visits between media groups.

5.8.3 The two sides support and encourage more report and coverage by their news media of the other side and will provide mutual assistance and facilitation to each other's news agencies in sending resident and non-resident correspondents for news reporting.

Cela a permis à la Chine d'installer une présence structurée sur le continent (Kimaiyo, 2024). Même si les médias chinois étaient déjà présents avant 2006, le sommet a marqué le début de l'expansion de ceux-ci, avec l'installation de bureaux sur le continent, de programmes spécifiques etc. (Bailard, 2016). Ainsi, la sphère médiatique chinoise a progressivement pu prendre de l'ampleur dans les années 2010 avec la mise en place d'un bureau et d'un studio CCTV/CGTN Africa à Nairobi, le lancement d'une publication hebdomadaire du China Daily Africa, la diffusion d'émissions radio pour CRI sur le continent entier, dont certaines spécifiques à des pays africains, et avec l'installation de bureaux pour l'agence Xinhua dans presque

chaque pays du continent (Li, 2017, p.87). Presque tous les médias chinois sont présents en Afrique ; CRI, le China daily, CCTV/CGTN, l'agence de presse Xinhua. De plus, StarTimes qui est une entreprise privée d'opérateur satellite et de câble ayant des liens avec l'État chinois, est également présente et domine le secteur de la télévision numérique en Afrique (Jedlowski, 2021 ; Kimaiyo, 2024).

Les médias chinois en Afrique travaillent à la fois comme porte-paroles du Parti et à la fois dans le but d'atteindre leurs propres objectifs. Cela rend leur activité ambiguë sur certains points. En effet, d'un côté, les médias poursuivent leurs activités en s'assurant tout au long des différentes étapes, que ce qu'ils produisent permet de contribuer à la construction d'une image positive de la Chine. D'un autre côté, ils possèdent une certaine marge de manœuvre qui leur permet de définir leurs propres agendas et objectifs tout en restant dans le cadre de la diplomatie publique de la Chine. Mais ces médias, malgré leur petite autonomie restent dépendants financièrement de l'État chinois et également de sa régulation, ce qui les empêche d'être aussi libres que les médias avec lesquels ils sont en compétition sur le marché. De plus, les médias chinois ne se considèrent pas seulement comme des instruments de diplomatie publique de la Chine. De fait, leur rôle ne se limite pas seulement à améliorer l'image de la Chine. Ils tiennent également un rôle de transmetteur de l'information concernant ce qu'il se passe en Afrique et un rôle de challenger sur le marché face aux médias occidentaux en visant à s'installer durablement (Li, 2017, p.9 et 87).

Nous pouvons nous pencher maintenant sur le type de récit que tiennent les médias chinois spécifiquement en Afrique. Alors que les médias occidentaux sont critiqués pour leurs récits empruntant des clichés habituels sur l'Afrique, les médias chinois tendent davantage à utiliser un ton positif lorsqu'ils relatent l'actualité africaine. Ils tendent également à favoriser la version des faits défendue par les autorités africaines et à critiquer les interventions occidentales sur le continent. Cela reflète la volonté chinoise d'obtenir l'adhérence du public africain (Wasserman & Madrid-Morales, 2018). Si nous prenons l'exemple de CCTV/CGTN Africa, le contenu de ce média est davantage focalisé sur le futur que sur les événements négatifs du passé, ce qui permet de proposer une vision plus optimiste de l'Afrique. Lors du conflit au Soudan du Sud, CCTV/CGTN Africa présentait davantage l'actualité liée aux sessions de médiation au sein de l'Union Africaine, plutôt que l'actualité du front et des combats, afin de

proposer un récit tourné vers le futur et vers la future paix (Marsh, 2018, p.107). De plus, les médias chinois sont tenus d'illustrer la solidarité et la coopération entre la Chine et les pays africains et l'amitié qui les lie. Il y a un focus mis sur la coopération économique dite gagnante-gagnante et les échanges culturels entre les parties (Eisenman, 2023 ; Xin, 2009). Ce type de discours diffusé par les médias chinois a tendance à plaire aux pays africains et surtout aux élites politiques, car cela leur permet d'éviter des polémiques (Grassi, 2014). Néanmoins, même si les médias proposent beaucoup de contenu sur ce que la Chine apporte aux pays africains, il y a un manque de communication sur les aspects négatifs liés à la présence chinoise comme l'achat d'ivoire par des Chinois par exemple (Marsh, 2018, p.113). Les opinions relatives au type de journalisme emprunté par les médias chinois divergent. En effet, des chercheurs comme Hopewell Radebe voient cela d'un bon œil, car ce type de narration apporte une nouvelle vue du Sud en opposition aux perspectives propagées par le journalisme occidental. Toutefois, d'autres comme Anton Harber, portent un œil critique sur ce type de journalisme en émettant la crainte que cela mette l'accent sur du « top-down journalism » et laisse donc moins la parole aux citoyens (Grassi, 2014).

En ce qui concerne le fonctionnement des médias sur place, il y a deux types de personnes qui y travaillent. Nous pouvons identifier un premier type, qui « camouflé » sous le titre de journaliste, sont des officiels chinois. Ils prennent des décisions éditoriales, même s'ils manquent d'une formation professionnelle pour prendre de telles décisions. Ils contrôlent donc le travail de la deuxième catégorie du personnel qui représente les « vrais » journalistes chinois et africains (Eisenman, 2023). De plus, une grande partie des employés sont des locaux. Par exemple, le personnel de CCTV/CGTN Africa est à 10% chinois, le reste étant africain (Marsh, 2018, p.106). En acceptant de travailler pour un média chinois, ceux-ci acceptent de se plier aux exigences du Département de Propagande et acceptent de ne pas couvrir des sujets sensibles (Eisenman, 2023).

En plus d'employer directement des locaux, les médias chinois comme Xinhua ou CRI ont rédigé et signé des contrats avec des médias africains, afin qu'ils puissent diffuser leur contenu sur les canaux de communication locaux, mais également pour que les médias chinois puissent eux-mêmes diffuser du contenu produit par les médias africains. (Li, 2017, p. 83). En ce qui concerne l'Angola, contrairement à d'autres pays

africains, les médias locaux restent exempts d'investissement étrangers et donc chinois. Ce qui signifie que pour ce qui est des récits diffusés par les médias angolais, ils devraient en théorie conserver une vision indépendante de la vision chinoise du monde. Néanmoins, il est important de noter que le gouvernement angolais est fortement favorable à l'activité chinoise au sein du pays, ce qui implique que les élites politiques mais également économiques entretiennent de bonnes relations avec la Chine (Orre, 2014). De plus, les médias principaux angolais (Televisão pública de Angola (TPA), Rádio Nacional de Angola (RNA), Jornal de Angola (JA) and Agência de Notícias de Angola (ANGOP)) sont tous des groupes qui appartiennent à l'État et la situation politique en Angola implique des restrictions au niveau de la liberté de la presse. Les journalistes sont soumis à la censure et ils sont contraints de ne pas suivre certains principes du journalisme tels que la vérité et l'exactitude des faits, l'impartialité ou l'indépendance (Campos, 2024). Cela implique donc que les activités chinoises pourraient donc être rapportées en empruntant un type de récit positif envers la Chine par les médias angolais.

Ensuite, certains médias angolais coopèrent avec des médias chinois. Nous pouvons prendre par exemple ANGOP qui est lié à Xinhua. Ces liens consistent en la formation de journalistes et en partage d'information et de photos (*Xinhua ready to restore links with Angop, says mainland diplomat*, 2016). Un autre exemple est TPA qui participe aux programmes de CCTV/CGTN en envoyant du contenu que CCTV/CGTN peut diffuser. De plus, CCTV/CGTN a offert des formations sur la technique et la gestion de contenu à des journalistes angolais (*Angola is only African contributor of programmes to CCTV*, 2019). De cette manière, la Chine peut influencer directement les médias angolais. Toutefois, ce n'est pas le seul cas de programmes d'entraînement pour les journalistes angolais. Par exemple, en 2016, une délégation de 28 journalistes venant de pays africains, dont l'Angola, a eu l'opportunité de participer à une formation de 10 mois auprès du « China Africa Press Center ». Le China Daily rapporte que le but de cette formation était de permettre aux journalistes africains de bénéficier d'une connaissance plus profonde des médias chinois, ainsi que des aspects économiques, politiques et culturels chinois. Inversement, le programme d'entraînement était également supposé permettre aux journalistes chinois d'en apprendre plus sur le continent africain. Il est rapporté que les journalistes africains ont pu profiter de ce qu'ils apprenaient sur la Chine durant la formation pour écrire

des articles faisant référence à ce qu'on leur a appris. Un ambassadeur chinois est cité dans l'article en parlant des journalistes africains : « *He then challenged them to serve as catalysts in promoting understanding between Chinese and Africans for mutual benefits and economic development of both sides* » (Gaye, 2016). Cela reflète bien le discours chinois du « gagnant-gagnant » et montre comment la Chine, via ce genre de mécanisme, tente d'influencer la perception que les pays étrangers dans lesquels elle est active ont, afin de légitimer sa présence et sécuriser ses intérêts économiques. En outre, d'autres événements organisés permettent des échanges d'information, et de la coopération entre la Chine et l'Angola comme les Forum sur la Coopération Chine-Afrique des Médias ou le Forum sur le journalisme Chine-Afrique auxquels des officiels angolais ont pu participer. Il a été rapporté que lors de ce dernier, certains clichés concernant la Chine et l'Afrique ont pu être déconstruits comme « les Africains sont fainéants », « la Chine en Afrique soutient des États déviants » ou « la Chine comme nouveau colonisateur » (*Angolan delegation attends media forum in Beijing*, 2016 ; *China-Africa Journalism Forum*, 2016). À la suite de ces échanges, il arrive que les journalistes soient approchés par des journalistes et des médias chinois, afin de les inciter à produire du contenu positif sur la Chine à leur retour. Ils peuvent également être pris comme intermédiaires entre Pékin et les médias locaux (Li, 2024).

Il est observable que l'image que les différents pays africains ont de la Chine est assez positive. En Angola, en 2020, 43% des répondants à l'enquête de l'Afrobarometer estime que l'influence de la Chine est positive dans le pays (Selormey, 2020). Toutefois, il est difficile de définir si les médias chinois ont réellement joué un rôle dans cette progression, car comme nous l'avons expliqué dans les limites liées au Soft Power, il est difficile de le mesurer et de mesurer son impact. En effet, les avantages économiques que la Chine a pu apporter à certains pays comme à l'Angola par le biais de ses prêts par exemple, ont certainement eu un impact sur leur perception de la Chine (Harneit-Sievers et al., 2010, p.165-166). De plus, il est difficile d'évaluer si les médias chinois en Angola ont pu avoir un réel impact si l'on prend en compte la manière dont les Angolais sont touchés par ces campagnes médiatiques. De fait, en 2018, seulement 16,4% des ménages angolais possèdent une radio, 22,9% une télévision, et en 2023, 55,5% des Angolais ont un téléphone portable et 44,8% un accès à internet (International Union of Telecommunication, s.d.). Il y a toutefois une disparité territoriale, car les habitants de Luanda possèdent pour 81,8 % des ménages

une télévision et pour 55,5% une radio (Tvedten et al., 2018). Les Angolais peuvent donc davantage être influencés par les médias chinois dans les milieux urbains que dans les milieux ruraux. Néanmoins, en général les jeunes sur le continent maintiennent toujours une plus grande attirance envers la culture occidentale que la culture chinoise (Grassi, 2014).

C. Les médias chinois en Serbie

En Serbie, il y a deux sources de récit prochinois. En effet, on le dicserne à la fois dans les médias serbes et dans les médias chinois (Trailovic, 2024). Pour commencer, nous pouvons nous pencher sur les médias serbes. Il existe en Serbie au sein des médias un fort contrôle politique, de la censure et de l'auto-censure, ainsi qu'une perte de certains principes éthiques. Les médias subissent une pression des pouvoirs politiques pour éviter les critiques vis-à-vis de la Chine, et cela se ressent dans leurs politiques éditorialistes. Par exemple, la radio-télévision de Serbie (RTS) qui détient les scores d'audiences les plus élevés et donc qui peut impacter l'opinion serbe, ne représente pas dans ses programmes la pluralité politique en Serbie (Srećković et al., 2022). Cela implique que les autorités serbes ont un pouvoir d'influence sur les médias et peuvent inciter ceux-ci à promouvoir une image positive de la Chine et de son partenariat avec la Serbie. Il existe donc un discours favorable à la Chine directement dans les médias serbes sans que la Chine ait à mettre une pression (Blue Europe, 2024). La majorité des médias serbes diffuse du contenu qui illustre la présence de la Chine en soulignant les aspects positifs qu'elle apporte, surtout les aspects économiques. La Chine est en générale présentée positivement alors que les discours dans les médias serbes sont plus critiques vis-à-vis de l'Union Européenne ou des États-Unis (Trailovic, 2024). Ce type de discours permet aux autorités serbes de légitimer l'activité de la Chine sur le territoire, mais aussi de maintenir leur collaboration avec la Chine et de conserver leur rapprochement sur la scène internationale en matière politique (ex : convergence sur l'opposition à l'indépendance du Kosovo et soutien à l'idée « d'une seule Chine ») (Marciacq, 2018).

Néanmoins, le nombre de médias serbes soutenus par la Chine a augmenté au fil des années (Vladisljev, 2021). En 2016, une série d'accords ont été signés entre le

Ministère de la culture serbe et le Bureau de l'information du Conseil d'État chinois, lors d'une visite de Xi Jinping à Belgrade. Les accords visent à régler la coopération en matière de médias entre les deux parties. Cette coopération concerne l'échange et le partage de ressources entre les deux États (Shopov, 2020 ; Xin & Yining, 2016). Cela a marqué l'intensification de la coopération au niveau des médias entre les deux nations et provoqué une augmentation de la quantité de contenu relié à la Chine dans les médias serbes, ce contenu montrant la Chine positivement (Pizzolo, 2024 ; Shopov, 2020). Cela participe à la propagande chinoise en Serbie (Shopov, 2020). Il existe toutefois des médias serbes indépendants et autonomes qui apportent une vision plus critique vis-à-vis de la collaboration entre la Chine et la Serbie, mais ils restent marginalisés par rapport aux médias soutenus par l'État. De plus, ils n'obtiennent pas d'information des représentants chinois et des ambassadeurs, car ceux-ci ne leur accordent pas d'importance, ils se focalisent sur la collaboration avec les médias soutenus par le gouvernement (Vladisljev, 2021).

En ce qui concerne les médias chinois, le niveau de présence et le volume d'information provenant des médias chinois, est plus élevé en Serbie que dans le reste des Balkans (Vladisljev, 2024). Les médias les plus visibles sont CRI et CCTV/CGTN qui sont accessibles via les grands canaux de distribution en Serbie (Trailovic, 2024). CRI fonctionne majoritairement via les plateformes digitales comme son site internet ou sa page Facebook, mais la radio bénéficie également de rediffusion dans les médias serbes. Elle n'a pas sa propre fréquence, mais elle est rediffusée par la radio Serbe « Welcome to Fun Radio » (Vladisljev, 2021). Elle coopérait également avec l'hebdomadaire « Nedeljnik » qui publiait certains de ses contenus, mais qui à l'heure actuelle n'existe plus. Quant à CCTV/CGTN, le média fait partie des programmes proposés par les principaux réseaux de télévisions serbes (Telekom Serbia et Serbia Broadband). En outre, la Chine a pu obtenir un créneau auprès de la RTS pour diffuser des programmes faisant la promotion de la culture chinoise (Vladisljev, 2021 et 2024). Cela est avantageux pour elle sachant que la télévision est le média le plus consulté en Serbie (Srećković et al., 2022). Comme le montre les exemples ci-dessus, la Chine dans cette région propose du contenu principalement via des investissements dans la télévision, via une forte présence sur les réseaux sociaux et en plus en obtenant des parts sur le marché des téléphones mobiles (Shopov, 2020).

Ensuite, l'agence Xinhua est présente dans la région des Balkans. Elle détient différents bureaux dans les pays de la région qui fonctionnent sous l'autorité du bureau chargé de l'Europe à Bruxelles, mais également sous l'autorité directe de Beijing. Le bureau à Belgrade a pu prendre les décisions éditoriales dans la région jusqu'à maintenant. En effet, les journalistes pour Xinhua en Serbie détiendraient une marge de manœuvre dans le choix des sujets qu'ils souhaiteraient aborder. Néanmoins, ils restent soumis à l'autorité du chef du bureau qui approuve ou pas un sujet et parfois même au bureau supérieur à Bruxelles qui peut décider de la publication ou non du contenu (Duraković & Hasić, 2022).

Et finalement, grâce à des arrangements entre l'association nationale des journalistes en Serbie et différents groupes liés aux médias en Chine, des voyages à visée formative ont pu avoir lieu pour que les journalistes serbes puissent en apprendre plus sur les médias chinois (Shopov, 2020). La Chine dans la région des Balkans, a l'habitude d'organiser ce type d'échanges avec des journalistes pro-Pékin et tente de former une génération de journalistes en offrant des bourses et des voyages en Chine. Ces journalistes à la suite de leur voyage sont souvent approchés par les autorités chinoises pour les inciter à écrire du contenu positif sur la Chine et pour participer à des projets financés par la Chine (Shopov, 2021 ; Zeneli, 2023). Cette pratique se rapproche du Sharp Power, car en organisant ce type de formation et en proposant un récit qui lui profite, la Chine interfère dans les idées transmises par les médias locaux.

D. Comparaison de l'influence des médias chinois dans les deux cas d'étude

Nous pouvons maintenant faire une comparaison de l'influence des médias comme instrument de Soft Power en Angola et en Serbie. Premièrement, dans les deux cas, il existe un cadre institutionnel qui vise à cadrer la coopération au niveau des médias entre les autorités locales et le pouvoir chinois. Néanmoins, dans le cas de l'Angola, les accords de coopération sont passés au niveau continental, via le FOCAC, tandis qu'en Serbie, ces accords sont passés directement avec les autorités serbes (FOCAC, 2006 ; Shopov, 2020).

Un autre point sur lequel le cas de la Serbie et de l'Angola se rejoignent est la relation que les médias locaux entretiennent avec les médias chinois et les autorités chinoises. En effet, dans les deux pays, les médias locaux collaborent avec les médias chinois. En Angola, cette coopération se fait au niveau du partage de contenu et d'informations entre par exemple Xinhua avec ANGOP ou CCTV/CGTN avec TPA (*Angola is only African contributor of programmes to CCTV*, 2019 ; *Xinhua ready to restore links with Angop, says mainland diplomat*, 2016). Du côté serbe, des médias locaux comme la radio « Welcome to Fun Radio », l'hebdomadaire « Nedeljnik » ou la RTS permettent à la Chine de diffuser directement du contenu chinois (Vladisljev, 2021). De cette manière, la Chine a directement une influence sur une partie du contenu dans les médias serbes et angolais. Ainsi, nous pouvons y voir une forme de Soft Power, car la Chine peut diffuser du contenu qui améliorera son image auprès des audiences serbes et angolaises. Toutefois, en s'immisçant dans leur paysage médiatique, la Chine obtient un accès privilégié à cette audience auquel d'autres médias n'ont pas droit. Il est possible d'y voir une forme de manipulation des médias et donc de Sharp Power. En effet, en imposant du contenu chinois au sein de contenu serbe ou angolais, la notion de consentement de l'influence qui est nécessaire au Soft Power est plus floue (Nye, 2011).

De plus, la collaboration entre les médias chinois et les médias serbes et angolais ne s'arrête pas là. En effet, les structures médiatiques chinoises organisent des formations de journalistes pour les journalistes africains dont les journalistes angolais, tout comme pour les journalistes serbes (*Angola is only African contributor of programmes to CCTV*, 2019 ; Shopov, 2020 ; *Xinhua ready to restore links with Angop, says mainland diplomat*, 2016). Ces formations visent à influencer la perception idéale que les journalistes ont de la réalité chinoise et des médias, en leur présentant la Chine et les relations proposées sous un bel angle et en montrant ce que la Chine apporte respectivement à l'Angola et à la Serbie. Cela implique que l'influence des médias de la Chine ne s'arrête pas à la diffusion de contenu, mais elle atteint directement les journalistes étrangers qui sont à l'origine des récits racontés et influencent directement l'opinion publique. La Chine interfère avec l'opinion des journalistes et les pousse à partager une version de l'histoire qui lui convient. Il y a donc une manipulation de l'information. Pour ce qui est de l'importance des médias chinois, dans les deux cas, il y a des médias chinois, mais il est difficile de définir

l'ampleur que ceux-ci ont pris en Serbie et en Angola. Leur présence est surtout observable via leur coopération avec les médias locaux.

Il faut toutefois souligner qu'en Serbie comme en Angola, les gouvernements exercent un contrôle fort sur les médias (Campos, 2024 ; Srećković et al., 2022). À cela s'ajoute le fait que ces gouvernements soutiennent les activités chinoises dans leur pays respectifs, ce qui les pousse à encourager les médias à diffuser un discours positif quant à la Chine, afin de maintenir l'opinion publique de leur côté et de ne pas se mettre la Chine à dos. Cela implique que les gouvernements locaux facilitent le travail de la Chine en exerçant une première censure, ou pression à l'auto-censure sur leurs journalistes. En cela, la Chine exerce par le biais des gouvernements du Sharp Power via les médias. En outre, il existe également une forme de censure au sein des médias chinois qui sont diffusés en Angola et en Serbie.

5. Conclusion :

L'arrivée de Xi Jinping au pouvoir a introduit une nouvelle politique étrangère au sein l'État chinois, qui a pris davantage d'importance. Cela s'explique par le développement rapide de la Chine sur la scène internationale. Toutefois, elle a poursuivi sa volonté de croissance économique et de stabilité interne. Cela a entraîné la construction d'un nouveau discours proposé par la Chine sur elle-même. Nous y retrouvons des notions comme le « rêve chinois », « la grande renaissance », « le socialisme chinois ». Cela n'a cependant pas empêché la Chine de continuer à défendre ses principes tels que le « développement pacifique » ou « win-win », car ils lui permettent de conserver une image positive à l'étranger et d'inoffensivité concernant ses activités à l'étranger. Néanmoins, la Chine reste soumise à des critiques à l'égard de ces activités (manque de transparence, de conditionnalité lors des financements, ...). Afin d'assurer de la continuité d'apparence, la Chine a entrepris une stratégie de Soft Power, c'est-à-dire, qu'elle essaye d'améliorer son image grâce à sa culture, sa langue, ses divertissements, sa diplomatie, ses médias, etc. Ainsi, nous avons pu observer que la République a mis en place certains mécanismes en Angola et en Serbie qui visent à influencer la perception que ces deux nations ont d'elle.

Le premier mécanisme qui a été étudié concerne l'établissement d'Instituts Confucius dans le but de promouvoir sa langue et sa culture. En Serbie, deux instituts ont été installés au sein de l'université de Belgrade et de l'université de Novi Sad. En Angola, un institut a été mis en place en partenariat avec l'université Agostinho Neto à Luanda. Les trois Instituts Confucius semblent produire du Soft Power en faisant la promotion de la langue chinoise et de la culture via différents ateliers, expositions, projections, ou encore initiations. De plus, au vu du lien des instituts avec le Hanban (lui-même relié au ministère de l'éducation chinoise) et avec les ambassades chinoises locales, nous ne pouvons nier l'assimilation de ces activités à de la diplomatie publique. En outre, nous avons pu remarquer que l'institut situé à Luanda mettait davantage l'accent sur l'intérêt professionnel que l'apprentissage de la langue chinoise apportait au locaux dans leur recherche de travail, la Chine possédant des entreprises sur place. Le public visé est donc assez étroit. En ce qui concerne les instituts serbes, ils semblent davantage proposer des activités pour un large public et semblent exercer un rôle de légitimation de la présence chinoise en Serbie, encouragée par les autorités

serbes. Enfin, nous avons également pu observer une forme de Sharp Power dans les trois instituts. Dans les instituts serbes ce Sharp Power s'illustre par de la censure et auto-censure, alors qu'en Angola, le Sharp Power s'illustre par la manière virulente d'utiliser Twitter.

Ensuite, le deuxième mécanisme étudié est l'usage des médias comme instrument de Soft Power chinois. Premièrement, en ce qui concerne l'influence des médias chinois directement en Angola et en Serbie, peu d'informations sont données quant à l'ampleur qu'ils occupent dans les deux pays, mais ils atteignent une certaine audience en diffusant du contenu via les médias locaux. La Chine a pu profiter des médias locaux contrôlés par les autorités angolaises et serbes en coopérant sur l'échange d'information et sur la diffusion de contenu. Cela a comme répercussion que ce qu'il est dit dans ces médias a tendance à présenter la Chine positivement. En cela, l'utilisation de ces médias représente effectivement du Soft Power. Cependant, il est important de souligner que cela peut inclure de la censure ou une certaine pression sur les journalistes provoquant de l'auto-censure, car les gouvernements sont dans les deux cas favorables à la Chine ainsi qu'à ses investissements et projets sur leur territoire. Finalement, un élément important à prendre en compte en étudiant la relation entre les médias locaux et la Chine et ses médias, est les programmes de formation des journalistes angolais et serbes en Chine. Ceux-ci permettent à la Chine de propager un certain discours via les journalistes locaux. En manipulant l'information de cette manière, nous pouvons considérer que la Chine influence par du Sharp Power.

Nous pouvons faire ressortir quelques observations de ces résultats. Premièrement, nous ne pouvons pas nier le rôle important des gouvernements locaux qui facilitent l'implantation des stratégies de Soft Power de la Chine. Que ce soit dans le soutien des activités des Instituts Confucius (surtout dans le cas serbe) ou dans le contrôle qu'elles ont sur les médias et sur leur narration, les autorités serbes et angolaises se positionnent en faveur des activités de la Chine, et donc soutiennent et bénéficient du Soft Power chinois pour légitimer sa présence.

Ensuite, nous avons pu remarquer qu'il est complexe de considérer le Soft Power chinois comme une manière inoffensive d'influencer l'image que la Serbie et l'Angola ont de la Chine. La Chine conduit des pratiques de manipulation et de censure qui se

rapprochent du Sharp Power en sapant certaines valeurs des démocraties libérales comme la liberté d'expression ou la liberté de la presse par exemple.

Enfin, il est légitime de se demander ce qui provoque réellement une approbation de la présence chinoise par les Serbes et les Angolais. Comme dit précédemment, en 2020 un peu plus de 40% des Angolais estimaient que l'influence politique et économique chinoise étaient positives pour le pays (Selormey, 2020). En Serbie, ce serait 77% des citoyens qui pensent que l'impact de la Chine en Serbie est positif (Vladisljev, 2022). Cela signifie donc que l'opinion publique est assez favorable dans les deux pays à la présence chinoise, mais est-ce que cette opinion favorable est le fruit du Soft et Sharp Power chinois, ou résulte-il des bénéfices économiques que les citoyens perçoivent de l'activité chinoise locale ? Il est difficile de répondre à cette question car comme expliqué dans les limites de la recherche, il est complexe de mesurer le Soft Power et son impact.

Nous pouvons revenir sur nos hypothèses de départ. Les Instituts Confucius et les médias sont en effet des outils utilisés par la Chine pour exercer du Soft Power. Nous pouvons confirmer que les Instituts Confucius et les médias permettent aux autres nations d'avoir une meilleure compréhension de la culture chinoise et une meilleure compréhension de celle-ci induit une plus grande capacité à accepter sa présence. Ensuite, nous pouvons réfuter l'idée que « L'implantation de la culture chinoise est plus complexe en Serbie qu'en Angola en raison de la proximité de la Serbie à l'UE ». L'Union européenne ne semble pas représenter un obstacle au Soft Power chinois en Serbie. En outre, comme le montrent les résultats des enquêtes, les Serbes ont une meilleure vision de l'activité chinoise dans leur pays que les Angolais. Ensuite, l'hypothèse « Les médias chinois arrivent à trouver une audience en Angola et en Serbie » peut être complétée par l'idée que l'audience est trouvée par la Chine en grande partie via la coopération avec les médias locaux. Et finalement, la dernière hypothèse « La Chine autant dans les médias que dans les Instituts Confucius exerce une forme de propagande et de censure » est confirmée, celle-ci faisant référence au Sharp Power chinois.

Aujourd'hui la Chine continue de développer son influence dans les deux États. En Serbie, un nouvel Institut Confucius a été mis en place à l'université Nis. Il y a

donc maintenant trois Instituts Confucius en Serbie (Xinhua, 2024). En Angola, l'Institut Confucius de l'Université Agostinho Neto continue de poursuivre ses activités et l'enthousiasme des étudiants semblent toujours être orienté par les opportunités professionnelles que la langue chinoise apporte (Xinhua, 2023). Ensuite, pour ce qui est de l'influence des médias, la Chine a pu agrandir sa main mise sur les médias locaux dans les deux pays. En Serbie, il a été annoncé en 2024 que la RTS allait diffuser des programmes télévisés chinois. Ces programmes sont principalement des programmes de divertissement comme des séries de science-fiction, des drames, ou des documentaires sur les pandas par exemple (Wei, 2024). En plus de cela, des accords ont été signés entre des groupes médias chinois et trois médias serbes lors de la visite de Xi Jinping en mai 2024 pour faciliter la coopération et l'échange d'informations entre les médias serbes et chinois (Trailovic, 2024). En Angola, en avril 2025, un partenariat a été conclu entre Xinhua et Edições Novembro, un groupe qui publie différents journaux angolais comme Jornal de Angola. Le partenariat repose sur la republication de contenu et sur le soutien apporté par la formation des journalistes et du personnel de groupe de médias (Jornal de Angola, 2025). En outre, au cours des dernières années, les programmes de formation en Chine pour les journalistes angolais ont continué à être organisés (*Angolan journalists was invited to visit China*, 2024). La Chine ces cinq dernières années a donc poursuivi sa stratégie de Soft Power par le biais des médias et des Instituts Confucius en Angola et en Serbie.

6. Bibliographie :

A. Articles de presse :

Challenges of Chinese Soft Power in Western Balkans. (2024). Blue Europe.
<https://www.blue-europe.eu/analysis-en/short-analysis/challenges-of-chinese-soft-power-in-western-balkans/>

Campos, I. (2024). Angola's « well behaved » media. *Africa is a country*.
<https://africasacountry.com/2024/02/angolas-well-behaved-media>

Destaque : Entusiasmo da juventude angolana pela cultura chinesa é destaque em concurso de recitação. (2023). *Xinhua*.
<https://portuguese.xinhuanet.com/20230606/903f153e9e87491da86c1712cc8bf708/c.html>

Gaye, F. P. W. (2016). 28 African Journalists Complete 10-Month Media Fellowship in China. *People's Daily Online*. <https://en.people.cn/n3/2016/1202/c90000-9150101.html>

New Confucius Institute opens in Serbia. (2024). *Xinhua*.
<https://english.news.cn/20240921/1d83bf2d9d8e47eaa46330a62951ae03/c.html>

Nye, J. S. (2018, January 4). *Le soft et le sharp power de la Chine*. Project Syndicate.
<https://www.project-syndicate.org/commentary/china-soft-and-sharp-power-by-joseph-s--nye-2018-01/french>

Oddos, V. (2012). Mo Yan, entre critique et fidélité au pouvoir. *Franceinfo*.
https://www.francetvinfo.fr/culture/livres/roman/mo-yan-entre-critique-et-fidelite-au-pouvoir_3349805.html

Serbia's second Confucius Institute marks 9th anniversary. (2023). *Xinhua*.
<https://english.news.cn/20230528/16d321047ae74c94ad7375ca104143d1/c.html>

Wei, W. (2024). Serbian TV to air Chinese dramas, documentaries in cultural exchange boost. *Xinhua*.
<https://english.news.cn/20241018/23811dc67a5f48a3ac6c2c129aa36ee5/c.html>

Xin, Y., & Yining, P. (2016). China and Serbia to further deepen media cooperation. *China Daily*. https://www.chinadaily.com.cn/cndy/2016-06/18/content_25754118.htm

B. Articles de revue :

Bailard, C. S. (2016). China in Africa : An Analysis of the Effect of Chinese Media Expansion on African Public Opinion. *The International Journal of Press/Politics*, 21(4), 446-471. <https://doi.org/10.1177/1940161216646733>

Baranovitch, N. (2010). Literary Liberation of the Tibetan Past : The Alternative Voice in Alai's Red Poppies. *Modern China*, 36(2), 170-209.
<https://doi.org/10.1177/00977700409354366>

Belhaj, L., & Mankari, B. (2023). Pensée critique du Soft Power : L'arme de faire les yeux doux. *Revue Internationale du Chercheur*, 4(3).
<https://revuechercheur.com/index.php/home/article/view/691>

Cabestan, J.-P. (2025). La Chine en Afrique : Une nouvelle hégémonie. *Cahiers de Conflits, Janvier-mars*(1), 23-34. <https://doi.org/10.3917/cdc.251.0023>

Cheng, Z., Golan, G. J., & Kioussis, S. (2016). The Second-Level Agenda-Building Function of the Xinhua News Agency. *Journalism Practice*, 10(6), 744-762.
<https://doi.org/10.1080/17512786.2015.1063079>

Christofoletti, R. (Ed.). (2023). Actors, spaces and borders of Soft Power : The heritage in multiple looks. In *Soft Power and Heritage* (1st ed. 2023.). Springer Nature Switzerland. <https://doi.org/10.1007/978-3-031-41207-3>

Duraković, J., & Hasić, J. (2022). *Foreign-Directed Media Content and Normative Localization of Government Narratives Abroad : An Analysis of Editorial Policies Of Chinese News Agency Xinhua in Bosnia And Herzegovina*. https://www.researchgate.net/profile/Jasmin-Hasic/publication/368720627_Foreign-Directed_Media_Content_and_Normative_Localization_of_Government_Narratives_Abroad_An_Analysis_of_Editorial_Policies_Of_Chinese_News_Agency_Xinhua_in_Bosnia_And_Herzegovina/links/63f72f715749505945388677/Foreign-Directed-Media-Content-and-Normative-Localization-of-Government-Narratives-Abroad-An-Analysis-of-Editorial-Policies-Of-Chinese-News-Agency-Xinhua-in-Bosnia-And-Herzegovina.pdf

Flew, T. (2016). Entertainment media, cultural power, and post-globalization : The case of China's international media expansion and the discourse of soft power. *Global Media and China*, 1(4), 278-294. <https://doi.org/10.1177/2059436416662037>

Gil, J. (2019). Explainer : What are Confucius Institutes and do they teach Chinese propaganda ? *The Conversation*. <https://researchnow.flinders.edu.au/en/publications/explainer-what-are-confucius-institutes-and-do-they-teach-chinese>

Godement, F., & Vasselier, A. (2017). *16+1 or 1x16?* (CHINA AT THE GATES, p. 64-74). European Council on Foreign Relations. <http://www.jstor.org/stable/resrep21666.7>

Gu, Y., & Peinado Miguel, F. (2022). Structural Analysis of the Xinhua Information Agency in the 21st Century. *Journal of Humanities, Arts and Social Science*, 6(3), 405-414. <https://doi.org/DOI: 10.26855/jhass.2022.09.018>

Guo, L., & Qin, Q. (2024). Wolf Warrior Spreads Superior : The narrative and effectiveness of Chinese public diplomacy behaviours on Twitter. *Journal of Chinese Political Science*. <https://doi.org/10.1007/s11366-024-09889-z>

Hanauer, L., & Morris, L. J. (2014). China Modifies Its Approach. In *Chinese Engagement in Africa* (p. 73-88). RAND Corporation.
<http://www.jstor.org/stable/10.7249/j.ctt6wq7ss.13>

Hartig, F. (2016). How China Understands Public Diplomacy : The Importance of National Image for National Interests. *International Studies Review*, 18(4), 655-680.

Huang, Z. A. (2022). L'Institut Confucius et la diplomatie publique chinoise en Afrique : Un organe de propagande déguisée en ONG ? *Hermès, La Revue*, n° 89(1), 60-66.

Jedlowski, A. (2021). Chinese Television in Africa. *Theory, Culture & Society*, 38(7-8), 233-250. <https://doi.org/10.1177/02632764211012033>

Jianjun, L. (2018). Chinese Cultural Promotion in Serbia. *Asian Issues*, 4(1), 55-62.

Kearn, D. W. (2011). The hard truths about soft power. *Journal of Political Power*, 4(1), 65-85. <https://doi.org/10.1080/2158379X.2011.556869>

Kimaiyo, G. (2024). China's soft power projection through the Chinese media : Assessing the implications of Chinese media on Africans' perception of China's national image. *Review of Economics and Political Science*, 9(2), 151-165.
<https://doi.org/10.1108/REPS-11-2022-0091>

King, K. (2013). China's Soft Power in Africa : Past, present & future. In *China's Aid and Soft Power in Africa : The Case of Education and Training* (p. 172-207). Boydell & Brewer; Cambridge Core.
<https://www.cambridge.org/core/product/92335BC20338E1B2BE0DD2615D590A6>

Krstinovska, A. (2022). La Chine dans les Balkans occidentaux. *Politique étrangère, Hiver*(4), 27-40. <https://doi.org/10.3917/pe.224.0027>

Li, H. (2024). Global China and African Journalistic Agency : A Relational Perspective. *Made in China*, 9(2), 154-159.
<https://doi.org/doi.org/10.22459/MIC.09.02.2024.19>

Li, S. (2021). China's Confucius Institute in Africa : A different story? *International Journal of Comparative Education and Development*, 23(4), 353-366. <https://doi.org/10.1108/IJCED-02-2021-0014>

Li, S. (2023). China's Confucius Institute and its European counterparts in Africa : A six-dimensional comparative study. *Research in Comparative and International Education*, 18(3), 419-440. <https://doi.org/10.1177/17454999221146385>

Liang, W. (2012). China's Soft Power in Africa : Is Economic Power Sufficient? *Asian Perspective*, 36(4), 667-692.

Links, S. (2021). Ascertaining Agency : Africa and the Belt and Road Initiative. In F. Schneider (Éd.), *Global Perspectives on China's Belt and Road Initiative* (p. 113-140). Amsterdam University Press. <https://doi.org/10.2307/j.ctv1dc9k7j.8>

Luqiu, L. R., & McCarthy, J. D. (2019). Confucius Institutes : The Successful Stealth "Soft Power" Penetration of American Universities. *The Journal of Higher Education*, 90(4), 620-643. <https://doi.org/10.1080/00221546.2018.1541433>

Marciacq, F. (2018). *La Chine dans les Balkans occidentaux : Une présence croissante dans une région européenne*. n°93(5), 107-112.
<https://doi.org/10.3917/quin.093.0107>

Marinho, J. (2020). China in Africa : Facebook & Twitter as Part of Public Diplomacy. USC Center on Public Diplomacy. <https://repositorio-aberto.up.pt/bitstream/10216/129013/2/415437.pdf>

- Mfumukala Guy Baudouin, W. (2023). Discussions on the fragility of African Soft Power : An analysis of Democratic Republic of Congo. In *Soft Power and Heritage* (1st ed. 2023.). Springer Nature Switzerland. <https://doi.org/10.1007/978-3-031-41207-3>
- Mingjiang, L. (2008). China Debates Soft Power. *The Chinese Journal of International Politics*, 2(2), 287-308.
- Mobley, T. (2019). The Belt and Road Initiative. *Strategic Studies Quarterly*, 13(3), 52-72.
- Nye, J. S. (2008). Public Diplomacy and Soft Power. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 616, 94-109.
- Nye, J. (2017). Soft power : The origins and political progress of a concept. *Palgrave Communications*, 3(1), 17008. <https://doi.org/10.1057/palcomms.2017.8>
- Nye, J. S. (2019). Soft Power and Public Diplomacy Revisited. *The Hague Journal of Diplomacy*, 14(1-2), 7-20. <https://doi.org/10.1163/1871191X-14101013>
- Nye, J. S. (2020). Countering the Authoritarian Challenge. *Horizons: Journal of International Relations and Sustainable Development*, 15, 94–109.
- Orre, A. (2014). *Any trace of « Soft Power » ?- a review of Angolan newspaper portrayal of China*. The Voice of China in Africa, Maputo. <https://www.cmi.no/file/2657-.pdf>
- Ouriques, H. R., & De Avelar, A. C. N. (2017). Las relaciones económicas entre Angola y China (2000-2014) / Economic Relations between Angola and China (2000-2014). *Estudios de Asia y Africa*, 52(2 (163)), 387-416.
- Paradise, J. F. (2009). China and International Harmony : The Role of Confucius Institutes in Bolstering Beijing's Soft Power. *Asian Survey*, 49(4), 647-669. <https://doi.org/10.1525/as.2009.49.4.647>

Poh, A., & Li, M. (2017). A China in Transition : The Rhetoric and Substance of Chinese Foreign Policy under Xi Jinping. *Asian Security*, 13(2), 84-97.

<https://doi.org/10.1080/14799855.2017.1286163>

Puerta Riera, M. I. (2023). Una mirada al Sharp Power en Latinoamérica. In *Sharp Power y redes intelectuales: La presencia de Cuba en América Latina* (Editorial Dunken). <https://gobiernoyanalisispolitico.org/wp-content/uploads/2024/01/SHARP-POWER-Y-REDES-INTELECTUALES-La-presencia-de-Cuba-en-America-Latina.pdf>

Qian, Y., & Hongyi, C. (2018). 廖祥忠任中国传媒大学校长 (Liao Xiangzhong est le président de l'Université de la communication de Chine). 中国共产党新闻网 (réseau d'information du Parti communiste chinois).

<http://renshi.people.com.cn/n1/2018/0323/c139617-29886112.html>

Roselle, L., Miskimmon, A., & O'Loughlin, B. (2014). Strategic narrative : A new means to understand soft power. *Media, War & Conflict*, 7(1), 70-84.

<https://doi.org/10.1177/1750635213516696>

Shambaugh, D. (2015). China's Soft-Power Push : The Search for Respect. *Foreign Affairs*, 94(4), 99-107.

Solomon, T. (2014). The affective underpinnings of soft power. *European Journal of International relations*, 20(3), 720-741. <https://doi.org/10.1177/1354066113503479>

Sutter, R. G. (2016). *Chinese foreign relations : Power and policy since the Cold War* (Fourth ed.). Rowman & Littlefield.

Trailovic, D. (2024). « Steel friendship » of the Political Elites : How China Became a Soft Power Player in Serbia. *Harvesting the Winds of Change: China and the Global Actors*, 4(2), 283-306. https://doi.org/10.18485/iipe_dijalozi_kina.2024.4.2.ch15

Varrall, M. (2015). *Chinese worldviews and China's foreign policy*. Lowy Institute for International Policy; <http://www.jstor.org/stable/resrep10139>

Viltard, Y. (2012). 1. La Chine en Afrique. Ou la construction discursive d'un nouvel enjeu stratégique. In *Le temps de la Chine en Afrique* (p. 27-39). Karthala.
<https://doi.org/10.3917/kart.gabas.2012.01.0027>

Walker, C. (2018). What is 'Sharp Power'? *Journal of Democracy*, 29(3), 9–23.
<https://doi.org/10.1353/jod.2018.0041>

Wasserman, H., & Madrid-Morales, D. (2018). How Influential Are Chinese Media in Africa ? An Audience Analysis in Kenya and South Africa. *International Journal of Communication*, 12, 2212-2231.

Xin, X. (2009). Xinhua News Agency in Africa. In *Journal of African Media Studies* (Vol. 1, Numéro 3, p. 363-377). Intellect. <https://doi.org/10.1386/jams.1.3.363/1>

Yagci, M. (2018). Rethinking Soft Power in Light of China's Belt and Road Initiative.

Uluslararası İlişkiler / International Relations, 15(57), 67-78.

Yukaru, U. (2017). A critical approach to Soft Power. *Journal of Bitlis Eren University*, 6(2), 491-502.

Zappone, T. (2023). *Reinventing Soft Power : The Strong Impact of China's Soft Power "Shortcomings" on the Global South*. Istituto Affari Internazionali (IAI);
<http://www.jstor.org/stable/resrep52631>

Zeneli, V. (2023). Chinese Influence in the Western Balkans and Its Impact on the Region's European Union Integration Process. *Europe's Futures*.
<https://www.iwm.at/europes-futures/publication/chinese-influence-in-the-western-balkans-and-its-impact-on-the-regions>

Zuokui, L. (2019). China's Investment in the Balkans under the Belt and Road Initiative. *Insight Turkey*, 21(2), 91-105.

C. Chapitres d'ouvrage :

Barabantseva, E. (2012). Beyond World Order : Change in China's Negotiations over the World. Dans W. A. Callahan & E. Barabantseva (Eds.), *China orders the world : Normative soft power and foreign policy* (p. 183-214). Woodrow Wilson center press.

Struye de Swielande, T. (2012a). La Chine en Afrique. Priorité aux intérêts économiques. Dans T. de Wilde d'Estmael & T. Struye de Swielande (dir.), *La Chine sur la scène internationale : Vers une puissance responsable ?* (pp. 333-354). Peter Lang.

Struye de Swielande, T. (2012b). Soft Power. Le nouveau cheval de bataille chinois ? Dans T. de Wilde d'Estmael & T. Struye de Swielande (dir.), *La Chine sur la scène internationale : Vers une puissance responsable ?* (pp. 55-70). Peter Lang.

D. Ouvrages :

Alden, C. (2007). *China in Africa*. Zed books.

Arifon, O. (2021). *Le récit politique chinois : Soft power, communication, influence*. L'Harmattan.

Bakota, I. (2024). *Development of Modern Chinese Foreign Policy Thought The Great Return* (1st ed. 2024.). Springer Nature Switzerland.
<https://doi.org/10.1007/978-3-031-70035-4>

Cabestan, J.-P., (2022). *La politique internationale de la Chine : Entre intégration et volonté de puissance* (3e édition mise à jour et enrichie). Presses de sciences po.

Charon, P. & Jeangène Vilmer, J.-B. (2024). *Les opérations d'influence chinoises : Un moment machiavélien* (3e édition revue et augmentée). Équateurs.

Courmont, B.(2009). *Chine, la grande séduction : Essai sur le soft power chinois*. Choiseul.

Cuzmanov D., (2019). Sharp Power. Dans Bonditti, P., & Macleod, A., (Eds.). *Relations internationales : Théories et concepts* (Quatrième édition, revue et augmentée). Athéna.

Deng, Y. (2022). *China's Strategic Opportunity : Change and Revisionism in Chinese Foreign Policy* (Cambridge University Press).
<https://doi.org/10.1017/9781009105095>

Harneit-Sievers, A., Marks, S., & Naidu, S. (Eds.). (2010). *Chinese and African perspectives on China in Africa*. Pambazuka Press.

Hartig, F. (2015). *Chinese Public Diplomacy; The Rise of the Confucius Institute* (Routledge). <https://doi.org/10.4324/9781315750088>

Imran, S. (2018). Nation Branding Endeavours of Azerbaijan. *Strategic Studies*, 38(1), 100-115.

Lequesne, C., (2021). La diplomatie publique au service de la puissance étatique. In *La puissance par l'image : Les États et leur diplomatie publique*. Presses de sciences po.

Li, S. (2017). *Mediatized China-Africa Relations : How Media Discourses Negotiate the Shifting of Global Orde* (Palgrave Macmillan Singapore).
<https://doi.org/10.1007/978-981-10-5382-5>

Nye, J. S. (2004). *Soft power : The means to success in world politics*. Public Affairs.

Nye, J. S. (2011). *The future of power*. PublicAffairs.

Repnikova, M. (2022). *Chinese soft power*. Cambridge University Press.

<https://doi.org/10.1017/9781108874700>

Thussu, D. K., De Burgh, H., & Shi, A. (Eds.). (2018). *China's media go global*. Routledge.

Yu, H. (2024). *Understanding China's Belt and Road Initiative* (1st ed. 2024.).

Springer Nature Singapore. <https://doi.org/10.1007/978-981-99-9633-9>

E. Publications officielles:

FOCAC. (2006). *Forum on China-Africa Cooperation Beijing Action Plan (2007-2009)*. http://www.focac.org/eng/zywx_1/zywj/200611/t20061116_7933564.htm

F. Pages Facebook et twitter (X):

Page Facebook de Jornal de Angola.

<https://www.facebook.com/watch/?v=1363807538201815>

Page Facebook de l'Institut Confucius de l'Université Agostinho Neto (1).

https://www.facebook.com/icnauan/?locale=pt_BR

Page Facebook de l'Institut Confucius de l'Université Agostinho Neto (2).

https://www.facebook.com/ICUAN2019/?locale=pt_BR

Page Facebook de l'ambassade de Chine en Angola.

https://www.facebook.com/ChinaEmbAngola?locale=pt_BR

Compte Twitter (X) de l'Institut Confucius de l'Université d'Agostinho Neto.

@ConfucioNa. <https://x.com/confucionna>

G. Pages web:

Academic Freedom Index. (s. d.). Academic Freedom Index. Consulté le 20 avril 2025, à l'adresse <https://academic-freedom-index.net>

About Us. (s. d.). CITIC Construction. Consulté le 1 avril 2025, à l'adresse <https://www.construction.citic/en/about/brief>

Angola. (s. d.). International Union of Telecommunication. Consulté le 19 mai 2025, à l'adresse <https://datahub.itu.int/data/?e=AGO>

Angola is only African contributor of programmes to CCTV. (2019). Permanent Secretariat of the Forum for Economic and Trade Co-operation between China and Portuguese-speaking Countries (Macao).
https://www.forumchinaplp.org.mo/en/economic_trade/view/6500

Angolan delegation attends media forum in Beijing. (2016). Portal para a Cooperação na Área Económica, Comercial e de Recursos Humanos entre a China e os Países de Língua Portuguesa.
https://www.platformchinaplp.mo/trade_content.shtml?id=712&lang=en

Angolan journalists was invited to visit China. (2024). Instituto de Promoção do Comercio e do Investimento. <https://www.ipim.gov.mo/en/portuguese-speaking-countries-news/2024-10-16-angolan-journalists-was-invited-to-visit-china/>

Central and Western University Basic Capacity Building Project. (s. d.). IceCreamTutor.

Consulté le 20 avril 2025, à l'adresse
<https://www.icecreamtutor.com/notes/industries/support-services/basic-capacity-building-project-of-central-and-western-universities/>

China-Africa Journalism Forum. (2016). Yenching Academy of Péking University.
<https://yenchingacademy.pku.edu.cn/info/1039/2713.htm>

Confucius Institute. (s. d.). Confucius Institute. Consulté le 16 avril 2025, à l'adresse <https://ci.cn/en/gywm>

Communication University of China (China) The 19th (2022) Annual Meeting of the "Party Newspaper Forum of the People's Republic" was held. (s. d.). SDGs Universities. Consulté 21 avril 2025, à l'adresse <https://sdgsuniversities.org/communication-university-of-china-china-the-19th-2022-annual-meeting-of-the-party-newspaper-forum-of-the-peoples-republic-was-held/>

Dani Kine na Novom Beogradu. (2012). Institut Konfucije u Beogradu. <https://konfucije.fil.bg.ac.rs/dani-kine-na-novom-beogradu/>

Deseta ceremonija dodele diploma. (2011). Institut Konfucije u Beogradu.

First Chinese company-funded Confucius Institute established in Angola. (2016). CITIC Construction. <https://www.construction.citic/en/sustainability/contribution/adevt/2760>

Hanban/ Confucius Institute Headquarters. (s. d.). Universitat de València. Consulté le 26 mars 2025, à l'adresse <https://www.uv.es/uvweb/confucius-institute-uv/en/hanban/what-is-hanban-1285919278085.html>

Harbin Normal University (HRBNU). (s. d.). China Admissions. Consulté le 20 avril 2025, à l'adresse <https://apply.china-admissions.com/university/harbin-normal-university/#moreinfo>

Izložba fotografija povodom Dana republike NR Kine. (2013). Institut Konfucije u Beogradu. <https://konfucije.fil.bg.ac.rs/izlozba-fotografija-povodom-dana-republike-nr-kine/>

Izložba slika „Otkrivanje novog Pekinga na Novom putu svile“. (s. d.). Konfucije Institut Univerziteta u Novom Sadu. Consulté 21 avril 2025, à l'adresse <https://konfucije.ff.uns.ac.rs/2018/10/22/izlozba-slika-cudesni-peking/>

Izložba u Gradskoj opštini Vračar – Novi izgled Puta svile. (2019). Institut Konfucije u Beogradu. <https://konfucije.fil.bg.ac.rs/izlozba-u-gradskoj-opstini-vracar-novi-izgle-puta-svile/>

Kineska kinematografija : 20. Vek na filmu. (2014). Institut Konfucije u Beogradu. <https://konfucije.fil.bg.ac.rs/kineska-kinematografija-20-vek-na-filmu/>

Konfucijev institut Univerziteta u Novom Sadu slavi treći rođendan! (s. d.). Konfucije Institut Univerziteta u Novom Sadu. Consulté 21 avril 2025, à l'adresse <https://konfucije.ff.uns.ac.rs/2017/05/23/konfucijev-institut-univerziteta-u-novom-sadu-slavi-treci-rodjendan/>

La Charte de la CUC. (s. d.). Communication University of China. Consulté le 21 avril 2025, à l'adresse <https://fr.cuc.edu.cn/2143/list.htm>

Novo Instituto Confúcio reforça laços culturais China-Angola. (2016). Secretariado Permanente do Fórum para a Cooperação Económica e Comercial entre a China e os Países de Língua Portuguesa (Macau). https://forumchinaplp.org.mo/pt/economic_trade/view/3445

Proslava kineske Nove godine (2012). (2012). Institut Konfucije u Beogradu. <https://konfucije.fil.bg.ac.rs/proslava-kineske-nove-godine-2012/>

Predavanje prof. Pang Cengjua o Mo Jenu. (2012). Institut Konfucije u Beogradu. <https://konfucije.fil.bg.ac.rs/predavanje-prof-pang-cengjua-o-mo-jenu/>

Predavanje u Biblioteci grada Beograda – 70 godina miroljubivog razvoja Kine i put ka izgradnji zajednice sa zajedničkom budućnošću. (2019). Institut Konfucije u Beogradu. <https://konfucije.fil.bg.ac.rs/predavanje-u-biblioteci-grada-beograda-70-godina-miroljubivog-razvoja-kine-i-put-ka-izgradnji-zajednice-sa-zajednickom-buducnoscu-2/>

Rouiaï, N. (2023). *Instituts Confucius* [Ressources de géographie pour les enseignants].

Géoconfluences. <https://geoconfluences.ens-lyon.fr/glossaire/instituts-confucius>

Soft Power 30. (s.d.) <https://softpower30.com>

U susret godini Zmije. (2013). Institut Konfucije u Beogradu.

<https://konfucije.fil.bg.ac.rs/u-susret-godini-zmije/>

Xinhua ready to restore links with Angop, says mainland diplomat. (2016).

Permanent Secretariat of the Forum for Economic and Trade Co-operation between China and Portuguese-speaking Countries (Macao).

<https://www.forumchinapl.org.mo/en/home>

哈尔滨师范大学章程 (Charte de l'Université normale de Harbin). (2024). Harbin

normal university. <http://www.hrbnu.edu.cn/info/1329/50645.htm>

H. Rapports :

Campos, I., & Vines, A. (2008). *Angola and China : A Pragmatic Partnership*.

Center for Strategic & International Studies (CSIS).

<https://www.csis.org/analysis/angola-and-china-pragmatic-partnership>

Cook, S. (2021). *China's Global Media Footprint : Democratic Responses to Expanding Authoritarian Influence*. National Endowment for democracy and the Interantional Formum for Democracies Studies.

<https://core.ac.uk/download/pdf/480184709.pdf>

Cook, S. (s. d.). *Beijing's Global Media Influence 2022 : Authoritarian Expansion and the Power of Democratic Resilience*. Freedom House. Consulté 8 mai 2025, à l'adresse <https://freedomhouse.org/report/beijing-global-media-influence/2022/authoritarian-expansion-power-democratic-resilience>

Eisenman, J. (2023). *China's Media Propaganda in Africa : A Strategic Assessment*.

US Institute of Peace. <http://www.jstor.org/stable/resrep48506>

Grassi, S. (2014). *Changing the Narrative : China's Media Offensive in Africa*. Friedrich Ebert Stiftung. <https://library.fes.de/pdf-files/iez/10700.pdf>

Lidarev, I. (2023). *The rise of China's influence* (China-US Competition in the Balkans, p. 6-16). LSE IDEAS. <http://www.jstor.org/stable/resrep55227.5>

Pizzolo, P. (2024). *China's Sharp Power in the Western Balkans : Digital Technology as Asymmetrical Threat*. EuroHub4Sino (European Hub for Contemporary China). <https://doi.org/10.31175/eh4s.2014.09>

Pušić, R., & Yudong, C. (2010). АЛМАНАХ ИНСТИТУТА КОНФУЦИЈЕ У БЕОГРАДУ (Almanach de l'Institut Confucius de Belgrade) [Almanach]. Faculté de Philologie de Belgrade. <https://konfucije.fil.bg.ac.rs/almanah/>

Selormey, E. (2020). *Africans' perceptions about China : A sneak peek from 18 countries*. Afrobarometer. https://afrobarometer.org/wp-content/uploads/migrated/files/africa-china_relations-3sept20.pdf

Shopov, V. (2020). « *Getting on the radar* » : *China's Rising Media Presence in South East Europe*. European Council on Foreign Relations & The Konrad Adenauer Foundation.

<https://www.kas.de/documents/281902/281951/%25E2%2580%259CChina%25E2%2580%2599s+Rising+Media+Presence+in+South+East+Europe%25E2%2580%259D.pdf/0beb5c40-b6dd-7292-5cc3-fd8a5c1be824?version=1.1&t=1607417514942>

Shopov, V. (2021). *Decade of Patience : How China Became a Power in the Western Balkans*. European Council on Foreign Relations. <https://ecfr.eu/wp-content/uploads/Decade-of-patience-How-China-became-a-power-in-the-Western-Balkans.pdf>

Srećković, A., Jaraković, V., Rakovac, Z., & Stojilović, D. (2022). *Mapping the media landscape in Serbia 2020-2021*. CRTA (Center for Research, Transparency

and Accountability). <https://crt.rs/en/mapping-the-media-landscape-in-serbia-2020-2021/>

The China Story : Reshaping the World's Media. (2020). International federation of Journalists (IFJ). https://www.ifj.org/fileadmin/user_upload/IFJ_Report_2020_-_The_China_Story.pdf

Tvedten, I., Lázaro, G., Jul-Larsen, E., & Agostinho, M. (2018). *Urban poverty in Luanda, Angola* (No. 6). CHR Michelesen Institute. <https://open.cmi.no/cmi-xmlui/handle/11250/2495768>

Vladislav, S. (2022). *Chinese Influence in Serbia : Serbia has become a “poster child” for Chinese influence.* CEPA (Center for European. <https://cepa.org/comprehensive-reports/chinese-influence-in-serbia/>

Walker, christopher, & Ludwig, J. (2017). *From « Soft power » to « sharp power » : Rising authoritarian influence in the democratic world* (p. 8-25). National Endowment for democracy. <https://www.ned.org/sharp-power-rising-authoritarian-influence-forum-report/>

Walker, C., & Ludwig, J. (2021). *A full-spectrum response to Sharp power: The vulnerabilities and strngths of open societies* (Sharp Power and Democratic Resilience Series). National Endowment for democracy. <https://www.ned.org/wp-content/uploads/2021/06/A-Full-Spectrum-Response-to-Sharp-Power-The-Vulnerabilities-and-Strengths-of-Open-Societies-Walker-Ludwig-June-2021.pdf>

Résumé : Depuis l'arrivée de Xi Jinping à la tête de la République Populaire de Chine et sa montée en puissance, le pays a perçu la nécessité de rassurer les autres États en proposant une image à l'encontre de l'idée d'une menace chinoise. C'est dans ce contexte que la Chine a entrepris de développer son Soft Power à l'étranger. Ainsi, ce mémoire tend à comprendre comment l'État chinois projette son Soft Power via ses Instituts Confucius et les médias, plus particulièrement en Serbie et en Angola. Il aborde également, l'idée de l'utilisation du Sharp Power, forme de puissance plus hostile envers les autres États.

Mots-clefs : Soft Power, Sharp Power, Chine, Angola, Serbie