



HAL
open science

La valorisation du patrimoine chinois en France : les Instituts Confucius et leur communication

Xue Han

► **To cite this version:**

Xue Han. La valorisation du patrimoine chinois en France : les Instituts Confucius et leur communication. Sciences de l'information et de la communication. Université Côte d'Azur, 2023. Français. NNT : 2023COAZ2042 . tel-04533642

HAL Id: tel-04533642

<https://theses.hal.science/tel-04533642>

Submitted on 5 Apr 2024

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

THÈSE DE DOCTORAT

La valorisation du patrimoine chinois en France : les Instituts Confucius et leur communication

Xue HAN

Laboratoire TransitionS

Présentée en vue de l'obtention
du grade de docteur en Information et
Communication
d'Université Côte d'Azur
Dirigée par : **Vincent Meyer, Ying Wu**
Soutenue le : 11/12/2023

Devant le jury, composé de :
Elizabeth Gardère, Professeur,
Université de Bordeaux
Martine Corral-Regourd, Professeur,
Université Toulouse Capitole
Marie-Joseph Bertini, Professeur,
Université Côte d'Azur
Sophie Leterrier, Professeur émérite,
Université d'Artois
Claude Albagli, Professeur honoraire,
président du Centre d'études sur le
développement international et les
mouvements économiques et sociaux
Adrien Bossard, Directeur, Musée des
arts asiatiques de Nice

La valorisation du patrimoine chinois en France : les Instituts Confucius et leur communication

Jury :

Rapporteuses

Elizabeth Gardère, Professeur, Université de Bordeaux

Martine Corral-Regourd, Professeur, Université Toulouse Capitole (présidente du jury)

Examinatrices

Marie-Joseph Bertini, Professeur, Université Côte d'Azur

Sophie Leterrier, Professeur émérite, Université d'Artois

Invités

Claude Albagli, Professeur honoraire, président du Centre d'études sur le développement international et les mouvements économiques et sociaux

Adrien Bossard, Directeur, Musée des arts asiatiques de Nice

La valorisation du patrimoine chinois en France : les Instituts Confucius et leur communication

Résumé

Depuis l'inauguration du premier Institut Confucius en 2004 en Corée du Sud, ces établissements se sont imposés comme des plates-formes privilégiées pour la communication de la langue et de la culture chinoises dans le monde, y compris la France, où ils contribuent au renforcement des liens sino-français par le biais d'une coopération « gagnant-gagnant ». En moins de vingt ans, les dix-sept Instituts Confucius présents en France ont favorisé l'échange culturel et l'amitié entre les deux pays.

Cette thèse analyse la communication et la valorisation du patrimoine chinois orchestrées par les Instituts Confucius en France, en examinant leur conception, leur institutionnalisation et leurs pratiques. Elle adopte une perspective communicationnelle pour étudier la richesse et la complexité des activités culturelles proposées par ces instituts, cherchant à comprendre comment ils se positionnent comme des acteurs clés du « *soft power* » chinois et de la promotion de la diversité culturelle chinoise, entre tradition et modernité.

L'étude repose sur une méthode combinant une approche à la fois qualitative et quantitative. Des données ont été collectées au travers des documents, des entretiens semi-directifs, des questionnaires de confirmation en ligne et des observations sur le terrain à Nice, Paris et Strasbourg, permettant une caractérisation fine des stratégies communicationnelles interculturelles mises en œuvre par les Instituts Confucius en France. Trois Instituts Confucius ont été retenus comme études de cas : l'Institut Confucius Côte d'Azur, celui de l'université de Paris et celui d'Alsace, illustrant la diversité des initiatives et leur rôle central dans la compréhension de la culture chinoise en France et dans le développement de la coopération sino-française.

L'analyse se déploie sur trois niveaux. Au niveau micro, l'étude explore la communication stratégique des Instituts Confucius dans l'élaboration de leurs activités culturelles. Au niveau méso, elle s'intéresse aux relations coopératives nouées entre les Instituts Confucius et divers partenaires dans la mise en œuvre des programmes culturels. Au niveau macro, elle analyse et évalue comment la stratégie communicationnelle des Instituts Confucius peut être affinée pour nourrir une vision harmonieuse du « *soft power* » chinois, participant à la construction d'un monde harmonieux et partagé.

S'appuyant sur un ensemble de théories en communication interculturelle et en localisation, et s'articulant autour de questions centrales sur l'efficacité et la réception des initiatives culturelles des Instituts Confucius par le public français, cette thèse vise à fournir un éclairage inédit sur les pistes d'optimisation de la valorisation du patrimoine chinois en France, mettant en lumière le potentiel de ces instituts à être non seulement des vitrines de la culture chinoise, mais aussi des catalyseurs d'un dialogue interculturel fructueux et harmonieux.

Mots clés : Instituts Confucius, communication interculturelle, culture chinoise, patrimoine chinois, *soft power*, communauté d'un destin commun pour l'humanité

The valorisation of Chinese heritage in France: Confucius Institutes and their communication

Abstract

Since the inauguration of the first Confucius Institute in 2004 in South Korea, these establishments have proved themselves as being privileged platforms for the communication of Chinese language and culture in the world including France, where they contribute to the strengthening of Sino-French ties through a « win-win » cooperation. In less than twenty years, the seventeen Confucius Institutes present in France have fostered cultural exchange and friendship between the two countries.

This thesis analyzes the communication and valorization of Chinese heritage organized by the Confucius Institutes in France, by examining their conception, their institutionalization and their practices. It adopts a communicational perspective to study the richness and complexity of the cultural activities offered by these institutes, seeking to understand how they position themselves as key actors of Chinese soft power and of the promotion of Chinese cultural diversity, between tradition and modernity.

The study is based on a method combining qualitative and quantitative approaches. Data were collected through documents, semi-structured interviews, online confirmation questionnaires and field observations in Nice, Paris and Strasbourg, allowing a fine characterization of the intercultural communicational strategies implemented by the Confucius Institutes in France. Three Confucius Institutes were selected as case studies: the Confucius Institute Côte d'Azur, that of the University of Paris and that of Alsace, illustrating the diversity of initiatives and their central role in the understanding of Chinese culture in France and in the development of Sino-French cooperation.

The analysis unfolds on three levels. At the micro level, the study explores the strategic communication of the Confucius Institutes in the development of their cultural activities. At the meso level, it focuses on the cooperative relations established between the Confucius Institutes and various partners in the implementation of cultural programs. At the macro level, it analyzes and evaluates how the communicational strategy of the Confucius Institutes can be refined to nourish a harmonious vision of Chinese soft power, participating in the construction of a harmonious and shared world.

Relying on a set of theories in intercultural communication and localization, and articulating around central questions on the effectiveness and reception of cultural initiatives by the French public, this thesis aims to provide an original insight on the optimization paths for valorizing Chinese heritage in France, highlighting the potential of these institutes to be not only showcases of Chinese culture, but also catalysts for a fruitful and harmonious intercultural dialogue.

Keywords : Confucius Institutes, intercultural communication, chinese culture, chinese heritage, soft power, community with a shared future for mankind

Remerciements

Après cinq années de travail acharné, j'ai enfin l'opportunité de témoigner ma sincère gratitude envers toutes les personnes qui m'ont apporté leur précieux soutien. Tout d'abord, je souhaite exprimer ma profonde reconnaissance envers mon directeur de thèse, le Professeur Vincent Meyer, pour son soutien, ses judicieux conseils, et sa patience tout au long de mon parcours de recherche. Sans lui et ses méticuleuses corrections, ce travail n'aurait pas été possible. Ses félicitations rédigées en caractères chinois suite à ma première correction m'ont motivée à relever les défis le long de ce parcours scientifique. Je voudrais également remercier ma co-directrice de thèse, la Professeur Ying Wu, pour son dévouement et ses encouragements. Sans son soutien, je n'aurais pas pu atteindre cet accomplissement tant attendu.

Je tiens à adresser mes plus sincères remerciements aux trois membres du comité de thèse qui m'ont accompagnée pendant ces cinq années et qui ont fourni de nombreuses idées pour faire progresser cette recherche : Professeur Pierre-Noël Denieuil, Professeur Nicole Biagioli et Directeur du laboratoire TransitionS, Jacques Araszkievitz. Qu'ils trouvent ici l'expression de ma profonde gratitude pour leur disponibilité, leur soutien et leur rigueur intellectuelle, qui m'ont été d'une aide considérable lors de mes recherches et de la rédaction de cette thèse. Je tiens à exprimer ma sincère gratitude envers les membres du jury pour leur précieuse contribution à l'évaluation de ma thèse. Mes remerciements vont à mes rapporteuses, Professeur Elizabeth Gardère et Professeur Martine Corral-Regourd, ainsi qu'à mes examinateurs, Professeur Marie-Joseph Bertini et Professeur Sophie Leterrier, pour leurs conseils avisés et enrichissants. Je suis également reconnaissante envers les invités du jury, Professeur Claude Albagli et Monsieur Adrien Bossard, pour leur présence et leur apport enrichissant. Leur expertise a grandement contribué à l'amélioration de ce travail, et je les remercie chaleureusement pour leur soutien.

Je tiens également à exprimer ma profonde gratitude envers Monsieur Alexandre Zhao Huang, professeur associé au département de l'Information et de la Communication à l'université Paris Nanterre. Son expertise incontestable dans le domaine de la diplomatie publique a été d'une importance capitale pour mon travail. Ses conseils ont apporté une contribution importante à l'amélioration de cette thèse.

Je tiens tout particulièrement à exprimer ma gratitude envers Madame Xiaomin Giafferi pour son soutien dans la réalisation de mon projet de recherche et mon parcours professionnel. Son aide précieuse concernant la demande de bourse, l'accès au terrain de recherche et la recommandation d'un travail a joué un rôle essentiel dans le démarrage de mon parcours. Grâce à son accompagnement, j'ai pu concrétiser mes ambitions académiques. Je tiens également à exprimer ma profonde gratitude envers mes chères amies Yingdong LIU, doctorante à l'université de Strasbourg et enseignante de chinois à l'Institut Confucius d'Alsace, ainsi que Ye LI, présidente de l'association Vent d'Orient Vents d'Occident et responsable des activités culturelles au sein de l'Institut Confucius de l'université Paris Cité. Sans leur aide précieuse, la collecte des données des entretiens et des questionnaires n'aurait pas été aussi facile et efficace. Je souhaite remercier David Roussette, Yingzi Roussette et Fabrice Willmann, qui m'ont grandement aidée lors de la correction de cette thèse. Leur attentive relecture m'a permis d'améliorer considérablement la qualité rédactionnelle de ce travail.

Mes remerciements sont également adressés à mes précieux collègues, qui, par leur accompagnement et leurs encouragements, ont contribué à rendre ce parcours de recherche empreint de bonheur et d'épanouissement. C'est avec une immense joie et une profonde émotion que je dédie cette thèse à mes chers parents, mes chers beaux-parents, mon époux Bin Li et mon fils Huaijin Li, pour leur amour incommensurable et leur indéfectible soutien.

Sommaire

Sommaire	5
INTRODUCTION GÉNÉRALE	7
L'attractivité de la culture chinoise	8
Le contexte de la recherche	10
Le problème de la communication des Instituts Confucius	10
Le cadre théorique	13
La démarche méthodologique et le terrain de la recherche	15
Plan de la thèse	25
PARTIE 1 : LA NAISSANCE ET L'ÉVOLUTION DES INSTITUTS CONFUCIUS	28
CHAPITRE 1 : LA NAISSANCE ET LES IMPACTS DES INSTITUTS CONFUCIUS	29
Introduction du chapitre 1	29
1.1. La naissance d'une institution linguistique et culturelle : un modèle Français et une double demande	30
1.2. L'expansion globale et l'influence culturelle	34
1.3. Un vieil objet de recherche qui demande de nouvelles perspectives	42
Conclusion du chapitre 1	48
CHAPITRE 2 : LES DILEMMES ET LES ENJEUX	49
Introduction du chapitre 2	50
2.1. Les Instituts Confucius comme vecteurs du soft power chinois	51
2.2. Les défis et les controverses	64
Conclusion du chapitre 2	69
CHAPITRE 3 : LA DYNAMIQUE CULTURELLE ET COMMUNICATIONNELLE DES INSTITUTS CONFUCIUS EN FRANCE	70
Introduction du chapitre 3	71
3.1. Une histoire de la culture chinoise en France	72
3.2. Les Instituts Confucius en France	80
Conclusion du chapitre 3	95
PARTIE 2 : UNE COMMUNICATION INTERCULTURELLE SPÉCIFIQUE	96
CHAPITRE 4 : LA COMMUNICATION INTERCULTURELLE	97
Introduction du chapitre 4	98
4.1. Les paradigmes de la communication interculturelle : un dialogue avec les théories classiques	98
4.2. L'interculturalité et la localisation	102
4.3. La contribution chinoise à la théorie de la communication	108
Conclusion du chapitre 4	118
CHAPITRE 5 : L'EXCEPTIONNALITÉ DE LA CULTURE CHINOISE	120
Introduction du chapitre 5	121
5.1. La multiplicité de la culture chinoise	122
5.2. Le concept de patrimoine	133

5.3. Les divers aspects du patrimoine chinois	137
Conclusion du chapitre 5	144
CHAPITRE 6 : LA FRANCE, UN PIONNIER DANS LA VALORISATION DU PATRIMOINE	145
Introduction du chapitre 6	146
6.1. Un pays d'accueil culturellement riche	146
6.2. L'ouverture d'esprit du peuple français	151
Conclusion du chapitre 6	155
PARTIE 3 : LA PERCEPTION DE LA CULTURE CHINOISE PAR DES FRANÇAIS	156
CHAPITRE 7 : LA COMMUNICATION DES INSTITUTS CONFUCIUS EN FRANCE	157
Introduction du chapitre 7	158
7.1. Les activités culturelles de l'Institut Confucius Côte d'Azur	159
7.2. Les activités culturelles de l'Institut Confucius de l'université Paris Cité et l'Institut Confucius d'Alsace	174
7.3. Le processus de la communication interculturelle des Instituts Confucius	181
Conclusion du chapitre 7	186
CHAPITRE 8 : UN NOUVEAU STATUT DE COMMUNICATION	187
Introduction du chapitre 8	188
8.1 : La perception française des activités culturelles	189
8.2. La correspondance culturelle entre les offres et les attentes	196
8.3. Les stratégies de communication interculturelle des Instituts Confucius	203
Conclusion du chapitre 8	214
CHAPITRE 9 : LA RELOCALISATION DES ACTIVITÉS CULTURELLES	216
Introduction du chapitre 9	217
9.1. La relocalisation institutionnelle	218
9.2. La relocalisation socioculturelle	231
9.3. La relocalisation géographique	244
Conclusion du chapitre 9	254
CONCLUSION GÉNÉRALE	256
Table des abréviations	260
Table des figures	261
Table des tableaux	263
Table des expressions chinoises	264
Table des matières	266
Index des auteurs chinois	272
Bibliographie	277
Table des annexes	289



INTRODUCTION GÉNÉRALE



L'attractivité de la culture chinoise

Tout comme le patrimoine français valorisé en Chine, le patrimoine chinois trouve également sa place en France. C'est un phénomène que j'ai remarqué à Arras où j'ai effectué mes études en master *Français Langue Étrangère*. J'ai beaucoup apprécié la gentillesse des Français qui m'ont dit « Bonjour » en chinois (« *Ni hao* » en Pinyin), ce qui m'a touchée surtout pendant mon premier mois en France et j'ai également été étonnée qu'ils aient bien prononcé le chinois sans accent. C'est de là que vient mon intérêt pour la communication interculturelle, plus précisément pour la valorisation du patrimoine français auprès des Chinois et celle du patrimoine chinois auprès des Français. J'ai donc intégré un autre master *Gestion du Patrimoine* dès ma deuxième année universitaire en France. La valorisation du patrimoine chinois peut en effet permettre aux Français de mieux comprendre la culture chinoise, de réduire les malentendus et d'établir des relations amicales avec les Chinois. De ce fait, j'ai activement participé aux activités lancées par l'Institut Confucius (IC) à l'université d'Artois. Par ailleurs, j'ai été animatrice de la culture chinoise dans les écoles locales en participant au programme « Temps d'Activités Périscolaires gratuits » (TAP) de la mairie d'Arras¹. Ces expériences m'ont aidée à constater qu'en parlant de la culture chinoise, les Français pensent surtout à la culture chinoise traditionnelle comme la calligraphie, le bouddhisme, l'art du thé, les arts martiaux, la gastronomie chinoise, les fêtes traditionnelles... Par ailleurs, je remarque que cette culture traditionnelle concerne notamment le patrimoine culturel immatériel (PCI) qui attire de plus en plus l'attention des Français et qu'en même temps, la culture chinoise traditionnelle a récemment retrouvé une place importante en Chine où elle a été ignorée depuis la grande révolution culturelle. Cette valorisation du patrimoine chinois en France est liée aux IC qui promeuvent la langue et la culture chinoises tandis que celle en Chine est le résultat de la politique culturelle du Président Xi Jinping depuis son arrivée au pouvoir en 2013. Il vise à valoriser la culture traditionnelle afin de gagner la « 文化自信 : confiance culturelle² » des Chinois.

Cette recherche met l'accent sur la communication interculturelle de la culture chinoise au travers des activités culturelles des IC en France, ce qui permet non seulement aux Français

¹ Arras. Mis à jour le 25 octobre 2021 [consulté le 25 octobre 2021]. Disponible sur : <https://www.arras.fr/fr/mon-quotidien/education/plannings-des-tap-par-ecoles>.

² Ce terme chinois, apparu dans de nombreux discours de Xi Jinping depuis 2013, décrit la confiance qu'une nation, un groupe ethnique ou un parti politique a dans la valeur de sa propre culture. La confiance culturelle peut également être vue dans la mode chinoise. Par exemple, la mode de rue chinoise, y compris le *Hanfu* traditionnel, met en valeur la confiance culturelle. Danielle Bleitrach, *La mode chinoise manifeste la « confiance culturelle »*, Histoire et Société, publié le 5 juin 2021 [consulté le 23 septembre 2023]. Disponible sur : <https://histoireetsociete.com/2021/06/05/la-mode-chinoise-manifeste-la-confiance-culturelle/>.

de mieux comprendre la culture chinoise, mais aussi aux services compétents d'acquérir des expériences afin de mieux valoriser la culture en Chine et à l'étranger.

Avant de venir étudier en France, j'ai vécu dans la culture chinoise, mais je n'y ai pas prêté une attention particulière. Après être venue en France, c'est comme si du jour au lendemain, je découvrais un charme à ma propre culture « qui était auparavant négligée et se montre lorsque nous regardons notre propre langue et culture avec les yeux d'un étranger après s'être imprégnés d'une autre langue » (Giafferri, 2012). En même temps, mes camarades et mes professeurs m'ont également montré leur intérêt pour la culture chinoise et leur désir d'en savoir plus. De ce fait, j'ai souvent présenté la culture chinoise en classe. Par exemple, j'ai fait goûter la gastronomie « *Huaiyang* » de mon pays natal lors des soirées entre amis français ; j'ai offert des cadeaux typiquement chinois le jour de l'anniversaire de mes camarades et j'ai apporté le thé « *Tie guanyin* » à mes professeurs dans de belles porcelaines et des écharpes en soie. Cependant, mes connaissances personnelles et mes compétences en communication restaient limitées. J'ai découvert plus tard un IC à l'université d'Artois. À mon invitation, mes camarades et mes professeurs français ont participé régulièrement aux activités culturelles proposées, notamment au Nouvel An chinois et à l'accueil du nouveau printemps avec les Chinois. En participant au concert de *Guzheng*, instrument traditionnel chinois, les Français ont découvert le rythme ancien chinois ; en s'inscrivant au cours de calligraphie, ils ont compris l'histoire et la beauté cachées derrière chaque caractère chinois ; en suivant le cours de chinois de différents niveaux, la plupart parmi eux ont changé leur perception sur la langue et la culture chinoises...

Grâce à mes amis français, au cours d'échanges avec eux, j'ai perçu l'importance de la communication interculturelle. En effet, la passion des amis français pour la culture chinoise attise ma curiosité. Au début, j'ai été touchée que mes amis français aiment aussi ma culture. Au fur et à mesure, je me suis interrogée pour savoir, d'un côté, pourquoi et comment les IC les aidaient à mieux comprendre la culture chinoise et pour savoir, de l'autre, pourquoi ils voulaient la comprendre et si les activités des IC ont apporté un changement de leur perception de la Chine et sa culture. C'est la raison pour laquelle j'ai entamé cette recherche. Les réponses à ces questions pourraient aider les Français à mieux comprendre la culture chinoise et favoriser les échanges culturels entre la Chine et la France.

Le contexte de la recherche

Selon les données officiels du *Hanban*³ en 2018, en moins de vingt ans seulement ont été instituées 548 IC dans 154 pays sur les cinq continents⁴. Depuis 2004, année de la création du premier IC à Séoul en Corée du Sud, les IC se sont répandus dans le monde. La France, première puissance occidentale à établir des relations diplomatiques avec la Chine, a vu la création du premier IC à l'université de Poitiers dès 2005 et dispose maintenant dix-sept IC sur tout son territoire⁵. Ces dix-sept IC à Paris et en province ont donc promu la langue et la culture chinoises pendant une vingtaine d'années. Cependant, nous ne connaissons pas encore les résultats de cette promotion. Cette thèse s'intéresse donc aux impacts de la communication interculturelle des IC en France du point de vue des Français. S'inscrivant dans l'étude de la communication interculturelle, elle fournit une étude approfondie sur les réussites et les problèmes rencontrés par ces IC au stade actuel de leur communication et propose des pistes pour améliorer leurs pratiques communicationnelles, compte tenu de leur rôle dans la compréhension des Français de la culture chinoise.

Le problème de la communication des Instituts Confucius

En France, à Paris et en province, les dix-sept IC actuels ont pour mission de communiquer la langue et la culture chinoises en fonction des différentes régions concernées. D'après le *Hanban*, il vaut mieux valoriser la culture chinoise au travers des activités culturelles et celles-ci devront sortir des universités pour obtenir une meilleure communication⁶. Précisément, il faut que chaque IC localise ses activités culturelles. La « localisation » est un concept favorisé par les chercheurs chinois (Chang, 2015 : 30 ; Bai, 2020 : 65) dans le domaine de la communication interculturelle. Il implique une adaptation des activités communicationnelles à la situation et aux besoins réels du pays d'accueil. D'après notre recherche, il s'agit d'une adaptation multidimensionnelle tant institutionnelle que socioculturelle et géographique. Cette adaptation est importante pour les institutions comme les IC qui cherchent à promouvoir leur culture dans d'autres pays.

³ Ancien siège des Instituts Confucius relevant directement du ministère de l'Éducation chinois, ayant pour mission de fournir des ressources partielles et des services pédagogiques en langue et en culture chinoises pour aider la création des Instituts Confucius.

⁴ *Annual Development Report* 2018. Consulté le premier août 2022. Disponible sur : <http://13255229.s21d-13.faiusrd.com/61/ABUIABA9GAAg7cau5wUomtmdg.pdf>.

⁵ Présentation sur le site Internet de l'Institut Confucius de l'université d'Orléans : le nombre des Alliances françaises en Chine est comparable : 16 en 2017 en Chine continentale, auxquelles s'ajoutent celles de Hong Kong, de Macao et de Taiwan. Consulté le 23 avril 2023. Disponible sur : <https://www.univ-orleans.fr/fr/institut-confucius/decouvrir/les-instituts-confucius>.

⁶ *Hanban*. Mis à jour le 25 octobre 2021 [consulté le 25 octobre 2021]. Disponible sur : <http://www.hanban.org/> ou <http://www.chinese.cn/page/#/pcpage/mainpage>.

Néanmoins, les IC ont rencontré des obstacles pour établir leurs activités localement. Premièrement, sur le plan institutionnel, il convient de souligner que les IC sont confrontés à des défis en raison de la perception de leur lien avec le gouvernement chinois. Effectivement, les IC étaient étroitement associés au gouvernement chinois, qui les a initialement fondés et financés. Cette connexion a suscité des inquiétudes concernant leur influence et leurs véritables objectifs.

Deuxièmement, sur le plan socioculturel, il était fréquent que la culture locale soit négligée lors de l'élaboration des activités dans la majorité des IC. Pourtant, une localisation adéquate devrait prendre en compte les pratiques et les attentes locales, ainsi que la manière dont ces aspects influencent la perception et l'engagement des publics locaux dans les activités des IC. En outre, plusieurs chercheurs chinois ont encouragé les IC à tirer parti des médias de masse dans les régions concernées (Li, 2014 : 45) afin de susciter l'intérêt et d'approfondir la compréhension de la culture chinoise à travers le monde. Cependant, en raison des différences de systèmes sociaux et d'idéologies, presque tous les IC en France ne peuvent pas les mettre en œuvre. Néanmoins, il a été observé qu'un nombre restreint d'activités culturelles localisées dans certains IC ont attiré de manière inattendue l'attention des médias locaux. Ces reportages ont, en retour, approfondi la compréhension des Français sur la culture chinoise. Autrement dit, la participation à des activités communautaires locales, à des actions caritatives et à des initiatives d'entraide locales (Wu, 2009 : 145) peut non seulement aider les IC à s'intégrer dans la communauté locale, mais aussi attirer l'attention des médias locaux. Certaines activités culturelles ont réussi à faire l'objet de reportages par les médias locaux. Par exemple, le journal quotidien régional français Nice-Matin a couvert une journée d'étude chinoise organisée par l'Institut Confucius Côte d'Azur (ICCA) pour les élèves du collège Carnot à Grasse⁷.

Troisièmement, sur le plan géographique, il est essentiel de souligner que la majorité des activités culturelles des IC en France se déroulent au sein des universités. Par exemple, le site officiel de l'IC de l'université de Paris Cité (ICUPC) répertorie huit activités culturelles sur dix ayant eu lieu à l'université tout au long de l'année 2018⁸. Ainsi, il serait pertinent

⁷ M. R. *Une matinée au cœur de la culture chinoise à Carnot* [en ligne]. Nice-Matin. Publié et mis à jour le 22 novembre 2019 [consulté le 25 avril 2022]. Disponible sur : <https://www.nicematin.com/vie-locale/une-matinee-au-coeur-de-la-culture-chinoise-a-carnot-433428>.

⁸ Institut Confucius de l'université de Paris Cité. Consulté le 05 septembre 2019. Disponible sur : <http://confucius.univ-paris7.fr/activites-culturelles/>.

d'étudier comment une meilleure « localisation » des activités culturelles des IC pourrait contribuer à une compréhension plus approfondie de la culture chinoise parmi les Français.

La question principale à laquelle cette recherche répond est : Comment se fait-il que les IC en France, malgré la richesse du patrimoine chinois, aient été confrontés à des controverses et des défis uniques en matière de communication et de valorisation culturelle ?

Les sous-questions auxquelles il faut répondre sont : quels types d'activités culturelles les Français préfèrent-ils ? Pourquoi veulent-ils y participer ? Quels sens donnent-ils à la participation aux activités des IC ? Quels types de culture chinoise les Français veulent-ils découvrir et comprendre ? Pourquoi veulent-ils comprendre la culture chinoise ? La culture chinoise diffusée par les IC correspond-elle à la culture chinoise que les Français veulent découvrir ?

Dans le cadre de la communication interculturelle, les questions supplémentaires pourraient être : quelle est la stratégie de communication des IC ? Quelles actions de communication utilisent-ils ? Quels en sont les résultats ? Comment les Français reçoivent-ils ces actions de communication ? Sont-elles considérées comme efficaces ou inefficaces ?

Nous constatons que la plupart des IC mettent en œuvre des actions de communication similaires depuis plusieurs années, mais que ces actions de communication sont insuffisantes en termes de localisation. En d'autres termes, bien que le rôle actuel des IC dans la compréhension de la culture chinoise par les Français soit important, leur influence demeure limitée et elles font face à des controverses et des critiques. Par conséquent, notre hypothèse principale explore si les défis auxquels sont confrontées les IC résultent d'un manque de localisation dans leurs stratégies de communication.

Nous pensons que pour aider les Français à mieux apprendre et comprendre la culture chinoise, les IC doivent améliorer leurs actions de communication en améliorant leur localisation. Cela permettra d'augmenter l'impact des IC et de rendre leur travail plus efficace et utile. Les IC reconnaissent cette situation et commencent à adopter de nouvelles stratégies de communication, parmi lesquelles la « localisation » de la communication interculturelle qui est fortement recommandée par les chercheurs chinois. Les effets de ces nouvelles actions ne sont pas encore perceptibles, d'où la nécessité de notre recherche centrée sur les activités culturelles des IC. Effectivement, les IC se consacrent principalement à deux activités majeures : l'enseignement de la langue chinoise et la communication de la culture chinoise.

Bien que l'apprentissage de la langue chinoise reste primordial, la promotion de la culture chinoise gagne en importance auprès des Français. Certes, des aspects culturels sont intégrés dans les cours de langue des IC. Cependant, les activités culturelles proposées par les IC demeurent le principal vecteur de découverte de la culture chinoise pour les Français. Par conséquent, il apparaît essentiel d'analyser en priorité la conception et la réception de ces activités culturelles. Cette analyse permettrait de mieux comprendre comment ces activités sont perçues par le public français et quel est leur impact réel sur la communication de la culture chinoise en France. Les IC pourraient alors adapter leurs initiatives pour qu'elles répondent au mieux aux attentes des Français.

Cette thèse se concentre sur l'analyse des dix-sept IC établis en France. Elle met l'accent sur trois d'entre eux, sélectionnés pour une étude de cas approfondie. En étudiant de manière approfondie ces cas spécifiques et en évaluant leurs réussites et leurs défis, cette recherche contribuera à la compréhension générale des meilleures pratiques en matière de communication interculturelle et apportera une valeur ajoutée à la promotion des échanges culturels entre la Chine et la France. En adoptant cette approche, nous aspirons à déceler les meilleures pratiques et à élaborer des recommandations pour optimiser les efforts de communication interculturelle des IC en France. Autrement dit, l'intention sous-jacente à cette démarche est de consolider les expériences qui ont prouvé leur efficacité pour le développement local, et de fournir des perspectives précieuses pour améliorer la communication interculturelle des IC en France *via* leurs activités culturelles. L'objectif suprême de cette enquête est d'assister efficacement les Français à approfondir leur compréhension de la culture chinoise et de stimuler les échanges culturels entre la Chine et la France à l'occasion spéciale du 60^e anniversaire des relations sino-françaises en 2024.

En résumé, cette recherche permet, d'une part, de favoriser une mise en commun des compétences et des réflexions sur le fonctionnement des IC en France, et d'autre part, d'identifier et de développer les actions de communication les plus efficaces pour faciliter la compréhension de la culture chinoise par les Français. L'adoption d'une approche académique rigoureuse dans l'évaluation et l'amélioration des activités culturelles des IC est essentielle pour garantir leur pertinence et leur impact sur la valorisation de la culture chinoise en France.

Le cadre théorique

Notre recherche prend essentiellement racine dans la communication interculturelle. Depuis 1959 où Edward T. Hall, anthropologue américain, a publié son ouvrage « *Le Langage*

silencieux » (Hall, 1959), les théories sur la communication interculturelle se sont rapidement développées. Dans ce contexte, un cadre théorique a été élaboré pour analyser les activités culturelles des IC en France, en s'appuyant sur plusieurs courants majeurs. Ces courants incluent la communication interculturelle comparative, la communication interculturelle interactionniste, la compétence interculturelle et la localisation. La communication interculturelle comparative compare la communication au sein de différentes cultures, tandis que la communication interculturelle interactionniste étudie la communication entre individus de cultures différentes. La compétence interculturelle se concentre sur le développement de la sensibilité culturelle et la compréhension empathique entre différentes cultures alors que la localisation aborde les aspects spécifiques de la communication adaptée à un contexte local.

En premier lieu, nous intégrons l'approche interculturelle comparative, notamment la théorie d'Edward T. Hall sur les cultures à contextes élevé et faible (Hall, 1976 : 105). Cette théorie est centrale pour comprendre les différences fondamentales entre les cultures chinoise et française. Par exemple, La culture chinoise est considérée comme une culture à « contexte élevé », c'est-à-dire que le contexte et les éléments implicites sont très importants pour comprendre le sens d'une communication. À l'inverse, la culture française est perçue comme une culture à « contexte faible », où le message est exprimé de manière plus directe et explicite. Il n'y a pas un contexte meilleur que l'autre et le contexte élevé ne s'oppose pas au contexte faible. Autrement dit, les différentes cultures ont chacune leurs propres mérites, et il n'y a que des différences, mais pas de supériorité ou d'infériorité (Dai, 2020 : 76). Toutefois, il faut prendre en compte cette différence lors de la conception des activités culturelles pour une participation accrue et compléter les actions de communication des IC.

En deuxième lieu, nous abordons l'approche interculturelle interactionniste ainsi que celle de la compétence interculturelle. Par exemple, la théorie de l'adaptation culturelle met en lumière les étapes d'adaptation que les Français traversent lorsqu'ils sont exposés à une nouvelle culture, offrant une perspective pour analyser les variations dans les évaluations des activités culturelles des IC (Kim, 2001 : 31).

En troisième lieu, notre analyse s'appuie sur la théorie de la localisation. En naviguant au travers de ce prisme, nous nous efforçons de décrypter les façons dont les IC pourraient perfectionner leur démarche, en intégrant davantage les nuances culturelles françaises, pour ainsi favoriser une résonance plus profonde et une acceptation accrue de leur message au sein

du public français. Ce pilier théorique vise non seulement à optimiser la communication interculturelle mais aussi à souligner l'importance d'une symbiose respectueuse et réciproquement enrichissante dans les échanges interculturels.

Par ailleurs, nous observons que les chercheurs chinois contribuent également aux recherches théoriques liées à la communication interculturelle. Ils commencent même à établir leur propre socle théorique de la communication interculturelle. Ce socle théorique, en lien étroit à la théorie de localisation, a une place importante dans le cadre de notre recherche. Pour Jianjun Li (2014), la communication de la culture chinoise à l'étranger doit prendre en compte le principe d'« intersubjectivité ». Le terme « intersubjectivité » ne consiste pas à identifier les différences et les particularités dans les cultures d'autres pays, mais à trouver des points communs. Les points communs aident à réduire la distance des deux parties (Li, 2014 : 43). Comme le souligne aussi Bo Shan (2011), la relation entre la culture chinoise et la culture étrangère n'est pas la relation entre le sujet de communication et l'objet de communication, mais toutes les deux sont des sujets de symbiose d'une même communication (Shan, 2011 : 103). Ces perspectives s'inspirant des théories existantes et des pensées philosophiques chinoises, et encourageant une approche centrée sur les terrains d'entente plutôt que sur les différences culturelles, enrichissent le cadre théorique de notre recherche qui s'inscrit aussi dans la communication interculturelle.

Afin de conclure, notre cadre théorique vise à fournir une analyse fine et exhaustive des phénomènes observés dans les activités culturelles des IC en France. Fondé sur la communication interculturelle, ce cadre permet de décrypter les dynamiques actuelles et de proposer des recommandations pertinentes pour optimiser les efforts futurs de communication culturelle des IC.

La démarche méthodologique et le terrain de la recherche

Comme la figure le montre ci-dessous, durant la réalisation de la recherche, une méthodologie diverse et intégrée a été adoptée, englobant des analyses documentaires et empiriques. Afin d'assurer une compréhension englobante de la problématique, une perspective macroscopique a été initialement utilisée. Celle-ci a permis de scruter les éléments communs parmi tous les IC à travers le monde. En parallèle, des micro-analyses ont été menées, offrant une exploration précise et approfondie de certains aspects spécifiques au sein des dix-sept IC en France, avec une attention particulière portée aux trois IC choisis comme études de cas. En

outre, la méthodologie adoptée a combiné des approches de recherche tant qualitative que quantitative, assurant ainsi une variété de données et une profondeur d'analyse considérable. L'alliance de ces différentes méthodologies a permis une exploration exhaustive et nuancée de la communication interculturelle au sein des IC en France, qui représente l'objet principal de notre recherche.

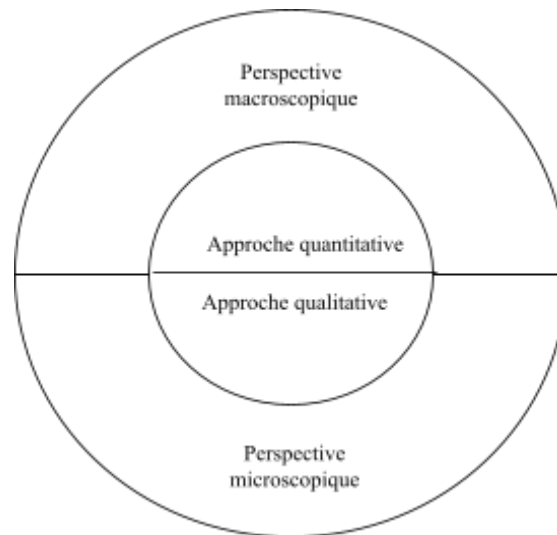


Figure 0.1 : L'illustration de la méthodologie de recherche intégrée employée
(Créée le 23 mars 2023 par Xue Han)

Dans le cadre de notre recherche, il est judicieux d'examiner les activités culturelles des IC en France en adoptant cette approche méthodologique mixte. Premièrement, en adoptant une démarche quantitative, deux investigations par le biais de questionnaires numériques ont été orchestrées. La première⁹ a été mise en œuvre auprès des Français sympathisants de l'ICCA dans le but de définir les questions à poser lors des entretiens, tandis que la seconde¹⁰ a été effectuée auprès des Français ayant eu une expérience avec les activités culturelles des IC. Cette dernière est un questionnaire de validation conçu pour évaluer les conclusions des entretiens semi-directifs.

Deuxièmement, dans l'analyse et la comparaison des activités culturelles des IC à l'aide de la documentation, l'approche qualitative a été utile pour analyser et lister les formes et les lieux d'activités culturelles des IC, les types de la culture chinoise valorisés, les raisons de ce choix au niveau du contenu de communication, les techniques et supports de communication adoptés ainsi que les publics touchés.

⁹ La pré-enquête en ligne a été réalisée le 20 septembre 2019. Disponible sur : <https://forms.gle/D8G67hAVSUt1Ks7>.

¹⁰ Le questionnaire de confirmation en ligne a été réalisé le 13 juin 2023. Disponible sur : <https://forms.gle/H3aqB91cvMLDuXDL7>.

Troisièmement, l'observation participante des activités culturelles au sein de l'ICCA et les entretiens semi-directifs avec les Français ont permis une analyse qualitative pour qualifier leur motivation, les formes d'activités culturelles qu'ils apprécient, leur évaluation de ces activités culturelles ainsi que le changement éventuel de leur compréhension de la culture chinoise.

Comme nous voulions connaître l'évaluation des Français sur les actions de communication des IC dans leurs activités culturelles, nous avons choisi des Français qui participaient aux activités. Ces participants sont des élèves, des étudiants, des employés et des retraités. En même temps, afin d'obtenir des informations complètes, les Français qui participent rarement aux activités des IC étaient également sur notre liste d'entretien. D'une part, en interrogeant les Français ayant participé aux activités culturelles, il est possible de déterminer leurs préférences et leurs avis sur les activités proposées par les IC. Les participants et l'enquêtrice ont également discuté des facteurs influençant leur choix de prendre part ou non aux activités culturelles des IC. Cependant, il n'est pas clairement établi quels moyens de communication jouent un rôle central dans les activités culturelles des IC en France. Ces moyens peuvent varier en fonction des contextes interculturels. Par conséquent, il est nécessaire que les Français identifient et expliquent les moyens de communication efficaces et ceux qui ne le sont pas. D'autre part, les entretiens réalisés avec les Français n'ayant rarement participé aux activités des IC offrent l'opportunité de sérier différentes problématiques potentielles ainsi que les domaines d'amélioration pour ces institutions. En recueillant ces témoignages, il devient possible d'élaborer des stratégies visant à augmenter l'attractivité des IC et à mieux répondre aux attentes des publics potentiels. L'examen des motifs pour lesquels certains individus s'abstiennent de participer aux activités des IC peut révéler divers obstacles à l'engagement, tels que le manque de temps, des difficultés d'accès, le manque des offres diversifiées ou encore une méconnaissance des offres culturelles proposées. Forts de ces constats, les IC pourraient envisager diverses solutions : par exemple, l'optimisation de leur communication sur leurs activités, l'ajustement des horaires en fonction des disponibilités du public, l'amélioration de l'accessibilité aux activités, la diversification des offres, ou encore la création de partenariats avec d'autres organisations culturelles afin d'élargir leur offre et d'atteindre un public plus vaste.

L'adoption d'une telle méthodologie mixte, combinant des approches qualitative et quantitative, nous permet de tirer parti des avantages de chaque méthode tout en compensant leurs limites respectives. Par exemple, en utilisant une méthode de recherche qualitative lors d'études de cas, il devient possible d'illustrer de manière concrète comment les IC soutiennent les Français dans leur compréhension de la culture chinoise. Pour analyser l'efficacité d'une action de communication spécifique, il est essentiel de saisir le contexte dans lequel elle se déroule. Les méthodes qualitatives sont particulièrement adaptées pour cela, car elles permettent d'explorer en profondeur les expériences, les perceptions et les motivations des participants. En revanche, les données quantitatives permettent de valider les résultats obtenus avec la méthode qualitative et de révéler des tendances générales concernant la participation et les préférences des Français pour les activités culturelles des IC. Les méthodes quantitatives sont utiles pour collecter des données structurées auprès d'un grand nombre des Français, facilitant ainsi l'analyse statistique et la généralisation des résultats.

Les études de cas

Cette thèse offre d'abord une analyse globale de tous les IC à travers le monde. Elle se focalise ensuite sur les IC en France, en prenant comme exemples trois cas d'étude spécifiques : l'ICUPC, qui est l'un des premiers IC établis en France ; l'Institut Confucius d'Alsace (ICA) à Strasbourg, reconnu pour la richesse et la diversité de ses activités culturelles ; et l'ICCA, situé dans le Sud-Est de la France, qui est l'un des IC les plus récemment créés dans le pays. Leurs activités culturelles se distinguent progressivement par le niveau de localisation. Ils sont représentatifs des dix-sept IC en France en termes de situation géographique, de date de création, mais surtout de fonctionnement et d'actions de communication. De plus, il est possible de retrouver sur les sites officiels de ces trois IC l'ensemble des activités culturelles organisées. Les informations fournies sur ces activités sont détaillées, incluant le lieu et l'horaire de l'événement, les invités, une brève introduction du contenu de l'événement, l'affiche de l'événement et d'autres informations pertinentes.

Les données documentaires des activités culturelles dans les trois IC collectées ont permis de réaliser une étude comparative. Ensuite, une pré-enquête par questionnaire en ligne auprès des Français qui sont adhérents de l'ICCA a amené des données précieuses. Sur la base de ces deux études préliminaires, nous avons proposé les grandes lignes de l'entretien. Comme j'ai travaillé comme assistante culturelle à l'ICCA de 2019 à 2022, il a été plus facile d'obtenir les accords d'entretien.

Depuis son établissement en 2016, l'ICCA a élaboré des programmes d'enseignement du chinois et organisé diverses activités culturelles dans le but de transmettre la langue chinoise et de partager la culture chinoise avec un public dans la région côte d'Azur. En raison de son fonctionnement efficace, l'institution connaît une croissance régulière du nombre de participants chaque année. En janvier 2020, le nombre cumulé des adhérents et des sympathisants pour l'ICCA a atteint 628¹¹. Ils peuvent non seulement bénéficier de réductions à moitié prix sur tous les cours de chinois, mais également recevoir des informations sur les activités de l'ICCA. Les adhérents sont majoritairement originaires de Nice et des communes alentour. On y trouve des profils variés : des élèves, des étudiants, des actifs et des retraités.

L'ICCA se distingue des autres par le fait que sa directrice française et responsable des activités culturelles, Mme Xiaomin Giafferri, d'origine chinoise, est une experte en organisation des activités culturelles grâce à son expérience dans d'autres associations culturelles. En outre, l'ICCA est de nature associative, ce qui diffère de la plupart des IC en France affiliés aux universités coopératives françaises et placés sous la juridiction directe des universités. La nature de l'ICCA lui permet de gérer les fonds, ce qui facilite la mise en œuvre des activités culturelles. Finalement, faute de locaux, ses activités culturelles se déroulent dans différents lieux de Nice : des salles de conférence d'hôtels privés et des maisons des Associations municipales, des restaurants, des bibliothèques universitaires et municipales, des salles de théâtre universitaires... ce qui favorise un processus de « localisation » des activités culturelles de l'ICCA. Les deux autres IC sélectionnés favorisent également ce même processus de « localisation » dans leurs activités culturelles. Cependant, le niveau de localisation de ces trois IC varie de manière croissante : l'ICUPC, l'ICA et l'ICCA. Ainsi, la localisation des activités culturelles constitue un critère important dans le choix des études de cas.

Le recueil des données

En utilisant la méthode mixte quantitative et qualitative, nous avons, d'une part, collecté des données du grand public concernant les Français ayant pris part aux activités culturelles organisées par les IC. Par conséquent, l'enquête par le questionnaire numérique auprès des Français est une des principales méthodes de collecte des données quantitatives.

D'autre part, nous avons obtenu des informations de première main enracinées dans la situation. Outre les données documentaires des activités culturelles des trois sites,

¹¹ Selon la liste des adhérents de l'ICCA. Consulté le 08 janvier 2020.

l'observation participante des activités culturelles de l'ICCA couplée aux entretiens semi-directifs avec les participants des trois IC choisis ont été les techniques principales de collecte des données qualitatives. De plus, les sources d'information comprennent également des affiches et des introductions sur les sites officiels des dix-sept IC en France, des diapositives des conférenciers et d'autres documents imprimés.

Les données documentaires : pour les trois cas sélectionnés, j'ai suivi leurs activités culturelles sur les sites officiels depuis 2019 et j'ai récupéré un rapport d'activités annuel. En outre, pour les activités culturelles de l'ICCA, j'ai participé à l'organisation et à la mise en œuvre de ces dernières. Certaines activités culturelles typiques étaient enregistrées sous forme de vidéos et de photos. Pour chaque activité culturelle, j'ai pris des notes et écrit des commentaires. La première analyse documentaire des trois cas révèle que les activités culturelles réussies représentent des caractéristiques de la « localisation », c'est-à-dire, que les activités sortant du campus universitaire et prenant en compte la culture française sont celles qui attirent le plus les Français.

L'observation participante avec les photos et les vidéos : j'ai utilisé le téléphone pour prendre des vidéos et des photos des activités culturelles de l'ICCA, ce qui m'a fourni une mine d'informations sur ce qui s'est passé durant les activités culturelles. En visionnant celles-ci, j'ai pu passer en revue ces dernières afin d'observer le sujet, l'objet et les principaux processus de la communication interculturelle de l'ICCA.

L'entretien semi-directif : les entretiens semi-directifs concernent les Français des régions d'implantation des trois sites choisis dont la plupart sont les participants aux activités culturelles, quelques-uns qui y participent très peu ou jamais. Chaque entretien se déroulait par des questions fermées et ouvertes telles que « Avez-vous déjà participé aux activités culturelles organisées par un Institut Confucius ? » ou « Comment avez-vous découvert les activités des IC ? ». Une autre question importante est : « Pourriez-vous partager une expérience marquante ou significative que vous avez vécue lors d'une de ces activités ? ». Avec l'observation approfondie et l'avancement des entretiens, les questions sont devenues plus systématiques. Enfin, à partir de la quantité croissante d'informations, une série de questions a été soulevée. J'ai posé toutes ces questions aux personnes interrogées. Et ce n'est que lorsque les personnes interrogées répondent à ces questions que je peux confirmer mes observations dans les activités culturelles.

Parmi la cinquantaine d'adhérents actuels à l'ICCA, les personnes âgées sont les plus nombreuses. À côté de ces personnes âgées, les étudiants et les élèves qui s'inscrivent aux cours et deviennent adhérents systématiquement occupent presque le même nombre de places. Les employés dont le travail est en relation avec une clientèle chinoise sont en minorité, cependant, leur nombre est en augmentation constante. J'ai interrogé cinq participants à l'ICCA, quatre à l'ICA et trois à l'ICUPC. Chaque entretien a duré environ une demi-heure. Les entretiens se sont déroulés pendant les vacances d'été. De cette manière, j'ai pu collecter des informations sur l'expérience et l'avis des participants sur leur participation annuelle aux activités culturelles des IC. Les personnes interrogées ont également eu un contenu à discuter. Les entretiens ont été réalisés en ligne *via* Zoom. Pendant chaque entretien, un enregistrement était réalisé puis transcrit textuellement. Avant chaque entretien, j'expliquais que le but de cette recherche était d'aider les Français à mieux comprendre la culture chinoise. L'anonymat des personnes interrogées a été conservé et ils en étaient informés. À l'issue de chaque entretien, je réalisais une transcription intégrale, disponible dans les annexes, et je rédigeais également une note d'analyse. Cette dernière visait à explorer divers aspects de l'interaction, y compris le contexte dans lequel l'entretien se déroulait, les comportements et attitudes de la personne interviewée, ainsi que son discours. Le but était également de sonder les implications et de donner les commentaires pour une analyse qualitative ultérieure. Le tableau qui suit présente une note d'analyse relative au premier entretien, tandis que les notes correspondant aux entretiens subséquents sont annexées.

Contexte et cadre	L'entretien a été réalisé en environnement numérique, ce qui a permis d'atteindre une participante résidant dans un village éloigné de Nice.
Attitudes et comportements	L'interviewée a manifesté une attitude ouverte et un engouement envers la culture chinoise. Son comportement respectueux et sa curiosité intellectuelle ont été manifestés tout au long de l'interaction. Son désir d'immersion plus profonde dans la culture chinoise a été palpable.
Contenu et profondeur des réponses	Les réponses de l'interviewée étaient à la fois détaillées et nuancées, reflétant un niveau d'engagement et de compréhension approfondis. Notamment, elle a mis en accent des aspects importants comme l'accessibilité géographique et la pluralité des activités culturelles, tout en suggérant que l'ICCA pourrait étendre ses actions de communication. Elle a également exprimé un intérêt pour la dualité entre tradition et modernité au sein de la culture chinoise contemporaine.
Points notables	1. L'interviewée évoque la capacité des IC à offrir une vue d'ensemble de la culture chinoise, en connectant des éléments divers tels que la calligraphie, la philosophie, et l'histoire. 2. Elle souligne une admiration pour la qualité pédagogique des activités proposées, en particulier l'efficacité de l'enseignement du chinois. 3. Elle a une affection particulière pour les festivités du Nouvel An chinois, au point de se déplacer annuellement à Paris pour y participer. 4. Elle suggère des améliorations pour rendre les activités plus inclusives et accessibles. 5. Elle affiche un intérêt spécifique pour la manière dont la culture chinoise interagit avec la mondialisation et s'adapte aux évolutions contemporaines.

Implications	1. Elle suggère que les IC pourraient bénéficier d'une extension de leur gamme d'activités et de leur accessibilité géographique. 2. Elle indique que l'ICCA gagnerait à investir davantage dans les activités pédagogiques en ligne, qui semblent être efficaces. 3. Elle suggère que des partenariats avec d'autres institutions culturelles pourraient être bénéfiques. 4. Elle souligne le potentiel pour l'ICCA de développer des programmes qui explorent la coexistence de la tradition et de la modernité dans la culture chinoise contemporaine.
Commentaires	Cet entretien représente une source d'information précieuse pour évaluer l'influence des IC dans la communication et l'appréciation de la culture chinoise en France, surtout parmi des communautés géographiquement isolées. Les réponses de l'interviewée offrent à l'ICCA des indicateurs qualitatifs sur l'efficacité de ses programmes actuels, ainsi que sur les besoins et attentes des participants. Ces données pourraient informer des initiatives d'amélioration continue, notamment le développement de partenariats culturels, l'expansion des plates-formes numériques et la diversification des offres culturelles.

Tableau 0.1 : La note d'analyse pour l'entretien 1
(Créé par Xue HAN le 10 septembre 2023)

Les personnes interrogées étaient des personnes âgées, des étudiants et des employés qui ont accepté d'exprimer leurs opinions sur les activités culturelles des IC, ce qui est très important pour cette recherche. J'ai essayé de tirer des échantillons « typiques ». C'est-à-dire, parmi eux, il y a des personnes qui participent toujours aux activités culturelles, des personnes qui participent souvent et des personnes qui participent peu ou jamais. Le fait que j'ai même interrogé ces dernières qui participent peu ou jamais à des activités culturelles, est dans l'espoir de comprendre ce qui les décourage à y participer.

Chaque entretien se déroule en ligne. En général, les questions d'entretiens sont celles qui m'intéressent en tant qu'observatrice d'activités culturelles, ou des questions sur les résultats de la compréhension des Français de la culture chinoise. J'ai posé des questions sur les réponses des Français. Mais s'ils ne prennent pas l'initiative d'expliquer les questions qui m'intéressent, je pose quelques questions que j'ai préparées à l'avance.

Bien que nous nous concentrons sur le côté du récepteur, nous n'abandonnons pas les conversations ordinaires avec les responsables des activités culturelles des IC. En effet, ces entretiens nous servent non seulement à fournir des données complémentaires, mais également à vérifier les données recueillies par les documents, l'observation, les entretiens avec les Français et les questionnaires de confirmation.

L'enquête par questionnaire en ligne, ciblant des Français des régions où sont implantés les dix-sept IC, a pour objectif de recueillir des données à grande échelle. L'analyse de ces données vise à corroborer les constatations issues de l'examen des documents, de l'observation participante et des entretiens. Ces derniers indiquent que les activités culturelles

des IC suscitent davantage l'intérêt des Français lorsqu'elles sont profondément localisées dans le contexte local.

De l'analyse des données pour trouver des thèmes centraux

La collecte des données ne peut être réalisée en un jour et la base de données subit inévitablement un processus continu d'expansion et de mise à jour. Dès que les entretiens sont retranscrits textuellement lors du processus de la collecte des données, ils doivent être codés et analysés. Le codage se présente en utilisant la méthode de théorisation « ancrée », une théorie « développée dans les années 1960 pour sortir du paradigme prônant les études quantitatives hypothético-déductives » (Garreau, Bandeira-De-Mello, 2010 : 2). Pour les codes qui apparaissent dans les entretiens ultérieurs, je dois relire tous les textes transcrits. Une fois les codes définis, ils doivent être regroupés dans des catégories plus larges. Ceci facilite par la suite l'identification de thèmes centraux qui émergent naturellement de l'assemblage de ces catégories. Ce regroupement thématique n'est pas seulement un moyen d'organiser les données de manière logique, il est aussi un outil puissant pour dégager des perspectives significatives et approfondies à partir des données brutes.

Dans la première phase de notre analyse, détaillée dans le chapitre 7, nous avons conduit une analyse méticuleuse cas par cas pour les trois IC. Cette étape s'est fondée sur une étude approfondie de documents pertinents et sur les données obtenues par l'observation participante. La seconde étape a mis l'accent sur l'analyse précise des témoignages recueillis durant les entretiens. Une note d'analyse détaillée de chaque session a été réalisée en examinant attentivement les transcriptions, devenant ainsi une source précieuse d'indices pour le codage thématique qui suivrait. Grâce à l'outil *Google Sheets*, nous avons segmenté les réponses selon deux perspectives : une évaluation globale entretien par entretien, et une analyse plus fine réponse par réponse. Ce processus nous a permis de regrouper les citations par thèmes centraux, facilitant ainsi la détection des tendances dominantes et la découverte de points de convergence, comme discuté en détail dans le chapitre 8. Pour appuyer nos analyses et confirmer notre hypothèse, une étude de cas d'un entretien particulier a été présentée, offrant une validation robuste de notre méthode. Enfin, notre analyse finale a englobé une comparaison des différents points de vue recueillis, incluant les opinions du public français, mon interprétation personnelle, et les perspectives des responsables d'activités culturelles. Cette approche de triangulation nous a permis d'obtenir une vision multidimensionnelle.

Les problèmes de validité, de faisabilité, d'éthique

La recherche est totalement faisable au niveau du recueil des données et de leur analyse. Les sites officiels et les rapports annuels d'activités des IC : étant donné que les sites officiels et les rapports annuels d'activités des IC décrivent précisément chaque activité culturelle, les données collectées sont fiables.

Les Niçois : j'ai interviewé cinq participants des activités de l'ICCA. J'interroge les Niçois qui ont des avis et des opinions différentes sur les activités culturelles. Les Niçois interrogés sont : ceux qui peuvent directement critiquer les activités culturelles ; ceux qui viennent de différents métiers ; ceux de tous âges ; ceux que je connais et que je connais peu ; et ceux qui participent à chaque activité culturelle et ceux qui participent seulement à une partie de celles-ci. Essentiellement, j'essaie non seulement de trouver des Niçois qui pensent que les activités culturelles les aident à comprendre la culture chinoise, mais aussi ceux qui pensent qu'ils n'ont pas été aidés. Par conséquent, j'ai essayé d'inclure à la fois les messages positifs et négatifs du public niçois. Lorsque la personne interrogée continue de donner des informations répétées et qu'il n'y a pas de nouvelles informations, c'est-à-dire lorsque la saturation théorique semble atteinte, j'arrêtais l'entretien.

La validité des données a été renforcée par une triangulation systématique des sources. Les perspectives recueillies lors des entretiens ont été confrontées à celles des responsables d'activités des IC obtenues au travers des discussions informelles, complétées par mes observations directes. De plus, l'analyse a intégré des éléments provenant de documents récupérés en ligne et des réponses de questionnaires de confirmation. L'interaction avec le personnel des IC engagé dans la réalisation des activités culturelles, les échanges avec des doctorants du domaine et les retours des participants interviewés et des responsables des IC ont davantage consolidé la validité de cette recherche.

L'enquête par questionnaire en ligne : le questionnaire de confirmation a été publié sur *Facebook* et une question au début de questionnaire sert à filtrer les participants qui ne connaissent pas les IC : « Étiez-vous au courant de l'existence des Instituts Confucius avant de remplir ce questionnaire (en cas de non, sautez les questions suivantes et déposez le questionnaire directement) ? », de sorte que la possibilité d'avoir des questionnaires invalides a été considérablement réduite. De plus, bien que les questions soient principalement fermées, chacune a également une option « autre », et si les Français qui remplissent le questionnaire le souhaitent, ils peuvent y souligner leur réponse personnelle. La situation suivante n'existe

donc pas : la personne qui remplit le questionnaire ne trouve pas l'option qui lui convient, et il ou elle aurait dû choisir une autre option pour compléter le questionnaire.

Quant au problème de l'éthique de recherche, la mienne nuira-t-elle à ceux qui ont participé à l'enquête par questionnaire et à celle par entretien ? Les Français participant à cette recherche ne prennent aucun risque parce qu'ils restent anonymes. De plus, les IC ont l'habitude de respecter chaque opinion, qu'elle soit positive ou négative. Les opinions positives peuvent affirmer les réalisations des IC, tandis que les opinions négatives peuvent les aider à améliorer leurs activités. Enfin, non seulement en France, mais aussi dans le monde entier, personne n'a jamais été gêné après avoir critiqué les IC et leurs activités culturelles.

En outre, en signe de reconnaissance envers les participants, je leur ai proposé un cours, soit linguistique soit culturel, selon leur préférence. Je les ai également incités à me solliciter s'ils requéraient des informations complémentaires concernant leurs études du chinois ou leurs projets de voyages en Chine. Il est important de mettre en exergue leur appréciation positive du contenu des cours dispensés. À titre d'exemple, les individus ayant choisi un cours culturel axé sur les traitements auriculaires ou sur les pensées philosophiques chinoises m'ont témoigné de la gratitude. En effet, les enseignements que j'ai transmis leur ont permis d'élargir leur compréhension de la culture chinoise et de se familiariser avec les techniques de médecine chinoise traditionnelle.

Plan de la thèse

Cette thèse débute par une introduction générale exposant l'origine, le contexte, la problématique, le cadre théorique et la démarche méthodologique de la recherche portant sur les IC et leur communication interculturelle en France.

La première partie, intitulée « La naissance et l'évolution des Instituts Confucius », est composée de trois chapitres. Le chapitre 1 traite de la naissance des IC, abordant leur création en tant qu'institution de communication linguistique et culturelle, leur implantation mondiale rapide et la nécessité de nouvelles perspectives dans la recherche sur ce sujet. Le chapitre 2 évoque le dilemme inévitable auquel sont confrontés les IC, en tant qu'acteur renforçant le *soft power* chinois et confronté à divers problèmes. Le chapitre 3 se concentre sur les caractéristiques spécifiques des IC en France, en étudiant l'histoire de la culture chinoise en France et les IC en France en particulier.

La deuxième partie, intitulée « Une communication interculturelle spécifique », est également structurée en trois chapitres. Le chapitre 4 explore la communication interculturelle, en présentant les notions et théories classiques, le concept d'interculturalité et la théorie proposée par les chercheurs chinois. Le chapitre 5 traite d'une culture exceptionnelle, en examinant la culture et le patrimoine en général, ainsi que le patrimoine chinois en particulier. Le chapitre 6 aborde le rôle du peuple français en tant que pionnier dans la valorisation du patrimoine, en soulignant la richesse culturelle de la France et l'ouverture d'esprit de ses habitants.

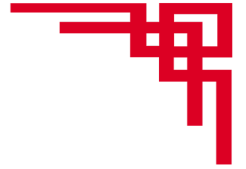
La troisième partie, consacrée à « La perception de la culture chinoise par des Français », se compose également de trois chapitres. Le chapitre 7 étudie la perception de la culture chinoise en France, en analysant les activités culturelles de trois IC et le processus de communication interculturelle des IC. Le chapitre 8 traite du nouveau statut de communication des IC, en abordant la perception française des activités culturelles, la correspondance culturelle entre les offres et les attentes ainsi que les stratégies de communication interculturelle des IC. Le chapitre 9 se penche sur la relocalisation des activités culturelles, en explorant les relocalisations institutionnelle, socioculturelle et géographique de ces activités.

Cette thèse se termine par une conclusion qui synthétise les principaux résultats de l'étude, mettant en évidence l'importance des IC dans la promotion de la culture chinoise et la communication interculturelle. Elle souligne également les défis et les opportunités auxquels ces instituts sont confrontés, en particulier dans le contexte français. De plus, la conclusion reprend les grandes lignes des recommandations concrètes pour améliorer les pratiques et les politiques culturelles des IC, afin de renforcer les relations interculturelles entre la Chine et la France.

Il convient de noter que cette thèse synthétise les principaux résultats obtenus et offre une perspective sur les enjeux futurs de la communication interculturelle entre la Chine et la France *via* les IC. Elle complète les recherches existantes menées en dehors de la Chine, qui se concentrent principalement sur le rôle politique des IC dans la stratégie de diplomatie publique chinoise et la promotion du *soft power* chinois. Bien que certains chercheurs chinois reconnaissent l'importance culturelle des IC dans la communication de la culture chinoise, les IC en France n'ont jamais été étudiés dans ce contexte. Ainsi, notre thèse analyse-t-elle l'état actuel et les problèmes des IC en France dans leur communication, en les situant dans leur contexte spécifique. Nous considérons que les activités culturelles, en tant qu'actions

communicationnelles, sont l'un des médias de transmission culturelle les plus importants des IC. Ce n'est qu'en améliorant leurs activités culturelles que leur communication interculturelle de la culture chinoise devient véritablement efficace.

En somme, cette approche globale permet de mieux comprendre les enjeux et les défis auxquels sont confrontés les IC en France dans la promotion de la culture chinoise. En mettant l'accent sur les aspects culturels et communicationnels, cette thèse apporte un éclairage nouveau sur les stratégies et les pratiques des IC, tout en soulignant l'importance de l'adaptation aux contextes locaux et aux spécificités des publics cibles.



PARTIE 1 : LA NAISSANCE ET L'ÉVOLUTION DES INSTITUTS CONFUCIUS





CHAPITRE 1 : LA NAISSANCE ET LES IMPACTS DES INSTITUTS CONFUCIUS



Introduction du chapitre 1

Les IC, en tant qu'établissements culturels à but non-lucratif, sont des institutions essentielles à la Chine qui ont pour objectif la promotion internationale de la langue et de la culture chinoises tout en associant partenaires chinois et locaux. Leur finalité est d'enseigner le chinois et de communiquer la culture chinoise à l'étranger pour promouvoir de bonnes relations diplomatiques et construire un monde harmonieux.

Dans ce chapitre, nous examinerons les origines et le développement des IC, en mettant l'accent sur trois aspects clés. Dans la section 1.1, nous explorerons la naissance des IC en tant qu'institutions de communication linguistique et culturelle, répondant à une double demande et s'inspirant du modèle français. Nous étudierons comment ces institutions ont été mises en place pour répondre à la demande croissante d'apprentissage de la langue chinoise et de compréhension de la culture chinoise, tout en s'inspirant du modèle établi par des institutions similaires telles que l'Alliance française.

La section 1.2 abordera l'implantation mondiale rapide des IC. Au cours des deux dernières décennies, le réseau des IC a surpassé en nombre d'instituts et de classes des institutions prestigieuses telles que le *British Council* et l'Institut Cervantes. Nous étudierons la stratégie d'implantation de ces IC et les facteurs qui ont contribué à leur communication accélérée à travers le monde. Enfin, dans la section 1.3, nous examinerons l'évolution des recherches sur les IC et la nécessité de nouvelles perspectives. Nous passerons en revue les études existantes sur ce sujet et discuterons des défis et des opportunités que ces institutions présentent pour la recherche future.

En somme, ce chapitre vise à fournir une compréhension approfondie de la naissance, du développement et des enjeux actuels des IC, ainsi qu'à contribuer au débat académique sur l'importance de la communication interculturelle de ces institutions dans le but de favoriser la compréhension mutuelle et l'échange culturel entre les pays.

1.1. La naissance d'une institution linguistique et culturelle : un modèle Français et une double demande

La création des IC n'est pas seulement le souhait de la Chine mais également la volonté de la communauté étrangère qui aimerait apprendre le chinois et connaître la culture chinoise. En

s'appuyant sur une expérience réussie des Alliances Françaises, la Chine a commencé à mettre en place les IC à partir de 2004. Les Alliances Françaises sont une institution de communication linguistique et culturelle consacrée à la communication du français et de sa culture depuis sa fondation en France en 1883. Elle constitue actuellement la première Organisation non gouvernementale (ONG) culturelle au monde¹².

1.1.1. La volonté chinoise de rayonnement culturel

Pendant la première décennie du XXI^e siècle, il était difficile pour la Chine de créer une image nationale favorable en raison de son système politique différent de la majorité des pays. Face à cette situation, la création des IC a été proposée dans un mouvement de recherche d'une sorte de compensation de cette image nationale défavorable par un prestige culturel à l'étranger. La création de ces IC est donc liée au fait que la Chine veut développer une image nationale favorable. En effet, avec le développement rapide de son économie, le statut international de la Chine s'élève progressivement (Trépan, 2008 : 9) et, avec cela, le besoin pour le gouvernement chinois de développer un *soft power* chinois devient urgent. Après les puissances militaro-politique et économique, la culture est devenue un des domaines clés de compétition de tous les pays avec l'émergence de la notion du *soft power* dans les années 1990 (Nye, 1990 : 166). Aucun pays ne voulait perdre cette nouvelle puissance, y compris la Chine qui s'est engagée tardivement à promouvoir sa langue et sa culture au début du XXI^e siècle à l'étranger notamment au travers de ses IC.

La création des IC s'inscrit donc dans un contexte de montée en puissance de la Chine sur la scène internationale, tant sur le plan économique que culturel. C'est une opportunité pour la Chine d'affirmer son *soft power* et de renforcer ses liens avec d'autres nations. Les IC ont été conçus comme des plates-formes d'échanges culturels et linguistiques, permettant aux apprenants du monde entier de se familiariser avec le chinois et de mieux comprendre sa culture. Par ailleurs, ces instituts favorisent la coopération et le dialogue interculturel entre la Chine et les pays hôtes, contribuant ainsi à la construction d'un climat de confiance mutuelle et de respect. En somme, la demande de la Chine de créer les IC témoigne de sa volonté d'étendre son influence culturelle et de renforcer les échanges et la compréhension mutuelle entre les peuples.

¹² Site officiel des Alliances Françaises. Consulté le 28 août 2022. Disponible sur : <https://www.fondation-alliancefr.org>.

1.1.2. Les attentes du public international

Dans ce nouveau siècle où les individus vivent dans le même « village de la Terre », les échanges culturels entre pays sont de plus en plus fréquents. En même temps, la Chine se présente de plus en plus sur la scène internationale et son influence dans le monde s'accroît. De là, émerge une demande des publics étrangers pour apprendre la langue chinoise et sa culture compte tenu de la croissance économique rapide de la Chine et de son ancienne culture (Chang, 2015 : 23). Cette demande s'explique notamment par la place importante de la Chine en tant que puissance économique mondiale et par les opportunités professionnelles et commerciales qu'elle offre. Les apprenants étrangers cherchent à acquérir des compétences en chinois afin de favoriser leurs carrières et d'établir des partenariats fructueux avec les entreprises et les institutions chinoises. Par ailleurs, la riche histoire et la culture millénaire de la Chine suscitent la curiosité et l'admiration de nombreux publics étrangers, qui souhaitent approfondir leur compréhension de cet héritage culturel. Les IC répondent à cette demande en proposant des cours de langue et des activités culturelles, y compris des conférences, des ateliers et des expositions culturelles offrant un aperçu authentique de la Chine et de son patrimoine. Ainsi, la création des IC à travers le monde reflète-t-elle la volonté des publics étrangers de se rapprocher de la Chine, tant sur le plan linguistique que culturel, et de tisser des liens durables avec ce pays aux multiples facettes.

Cet enthousiasme international pour l'apprentissage du chinois et de sa culture n'a pas échappé au gouvernement chinois qui mettra plus tard en œuvre un dispositif culturel pour répondre à cette double demande en Chine et en dehors de celle-ci : cela « a marqué une nouvelle phase dans la confiance politique de la Chine en rejoignant un club du premier monde après un siècle de statut semi-colonial et 50 ans d'appartenance au tiers monde » (Starr, 2009 : 65).

1.1.3. L'Alliance française comme modèle

L'Alliance Française, avec plus d'un siècle d'expérience dans la promotion de la langue et de la culture françaises, est une pionnière occidentale à suivre pour les IC en tant qu'épigone oriental. En effet, bien que le rythme de développement des IC ait attiré l'attention du monde entier, il est important de souligner qu'ils sont encore relativement jeunes dans le domaine de la communication linguistico-culturelle. Créés en 2004, les IC sont des institutions novices comparées à d'autres organismes de renom tels que l'Alliance française, l'Institut Cervantes

et le *Goethe-Institut* (Li, 2017 : 5). Ils ont beaucoup à apprendre auprès de ces institutions plus anciennes, notamment les facteurs clés de leur succès et des pistes d'amélioration (Wang, 2016 : 33).

L'Alliance Française, fondée en 1883, le *Goethe-Institut*, établi en 1951, l'Institut Cervantes, créé en 1991, et d'autres comme le montre le tableau ci-dessous, possèdent une riche expérience dans la promotion et l'enseignement de leur langue et leur culture respective. Leur longévité et leur succès témoignent de la qualité de leur travail et de leur capacité à s'adapter au fil du temps aux évolutions sociopolitiques et technologiques.

Institution	Année de fondation	Nombre d'instituts ¹³
Alliances Françaises	1883	+ de 800
<i>British Council</i>	1934	+ de 100
<i>Goethe-Instituts</i>	1951	+ de 150
Fondations du Japon	1972	+ de 20
Instituts Cervantes	1991	+ de 90
Instituts Confucius	2004	+ de 500

Tableau 1.1 : Les informations sur les institutions linguistiques et culturelles
(Créé le 23 mars 2023 par Xue Han)

Pour progresser, les IC peuvent tirer de précieuses leçons des pratiques et des expériences de ces institutions (Wu, 2009 : 143). Parmi les aspects à considérer, nous pouvons citer l'organisation de l'enseignement et des activités culturelles, la collaboration avec les institutions locales et internationales ainsi que la gestion des ressources financières. En s'inspirant de ces meilleures pratiques, les IC pourront améliorer leurs offres de services, établir des partenariats solides et durables, et contribuer efficacement à la communication de la langue et de la culture chinoises.

¹³ Les chiffres sont recueillis sur les sites officiels de ces institutions le 23 mars 2023 et peuvent varier légèrement en fonction des mises à jour et des fermetures.

Prenons l'Alliance Française comme exemple. Elle a deux critères majeurs : le principe d'universalité et la dépolitisation de la dimension culturelle. Avec ces deux caractéristiques, la France est parvenue à diffuser sa culture dans les pays où elle cherchait à s'implanter (Wang, 2016 : 2-3). Cette démarche est suivie par l'ensemble des centres linguistico-culturels ayant des antennes à travers le monde¹⁴, y compris les IC.

En continuant de s'inspirer des méthodes éprouvées de l'Alliance Française, les IC pourraient améliorer davantage leurs activités et élargir leur rayonnement culturel (Wang, 2016 : 30). L'Alliance Française a su créer un réseau mondial de centres culturels et d'écoles linguistiques en s'appuyant sur des partenariats solides avec les institutions locales, et en offrant une expérience pédagogique et culturelle de qualité grâce à une formation continue de ses enseignants. Par ailleurs, l'Alliance Française a su s'adapter aux besoins changeants des apprenants et aux évolutions technologiques, en proposant des programmes d'enseignement et de culture flexibles et des ressources numériques adaptées. En suivant l'exemple de l'Alliance Française, les IC pourraient non seulement optimiser leur offre éducative et culturelle, mais également renforcer leur légitimité et leur influence sur la scène internationale, contribuant ainsi à la communication harmonieuse de la langue et de la culture chinoises.

En tant qu'institutions jeunes, les IC doivent relever un certain nombre de défis pour asseoir leur légitimité et renforcer leur impact. Il leur faudra, entre autres, répondre aux préoccupations concernant l'influence politique et culturelle chinoise, garantir la qualité des actions d'enseignement et de culture, et s'adapter aux besoins changeants des apprenants et des communautés locales. En s'appuyant sur l'expérience et la sagesse des institutions établies, les IC pourront relever ces défis et tracer leur propre voie vers un avenir prometteur dans le domaine de la communication interculturelle.

1.2. L'expansion globale et l'influence culturelle

La culture chinoise dispose d'une réputation mondiale. Dans la mesure où elle rayonne, les IC peuvent se développer aussi largement que possible. En d'autres termes, la mesure dans laquelle la culture chinoise rayonne est celle dans laquelle les IC se répandent. Compte tenu que la culture chinoise est influente dans le monde entier, les IC ont donc rapidement achevé une première vague de croissance rapide sur les cinq continents. Celle-ci trouve donc ses

¹⁴ Nashidil R. *Instituts Confucius* [en ligne]. Encyclopédie d'histoire numérique de l'Europe. Mis en ligne le 23 juin 2020 [consulté le 13 avril 2023]. Disponible sur : <https://ehne.fr/fr/node/14358>.

racines dans l'attractivité de la culture chinoise. De surcroît, il y a deux moteurs accélérant ce processus : l'un est le développement de l'économie chinoise qui crée une demande accrue de connaissances sur la Chine et une demande d'apprentissage du chinois et de sa culture ; l'autre est la mise en place de la stratégie « 走出去 : *Go global*¹⁵ » dans le secteur linguistique et culturel répondant à cette demande. Cette stratégie initialement appliquée dans le secteur économique démontre la volonté de la Chine de participer à la mondialisation dans toutes ses dimensions, y compris culturelle. Ce sont les raisons pour lesquelles les IC, malgré leur jeunesse, ont connu un essor remarquable, s'établissant rapidement comme des acteurs clés de la promotion de la langue et de la culture chinoises à travers le monde.

Les IC, en tant qu'institutions chinoises d'échanges culturels avec l'étranger, sont devenus une marque reflétant le *soft power* chinois (Chang, 2015 : 28). En une dizaine d'années seulement, les IC ont contribué à la promotion de la langue et de la culture chinoises, au renforcement de la confiance culturelle des Chinois et à la promotion de la coopération internationale dans le but de construire « 人类命运共同体 : une communauté d'un destin commun pour l'humanité¹⁶ ». Plus précisément, en enseignant le chinois et en organisant des activités culturelles, les IC favorisent des échanges amicaux en matière d'éducation et de culture entre la Chine et les pays hôtes. Au travers de leurs activités, les IC ont mis en avant la culture chinoise traditionnelle, ce qui a non seulement renforcé la confiance culturelle des Chinois, mais a également fait découvrir au monde la possibilité de construire une communauté d'un destin commun pour l'humanité, de sorte que les IC ont contribué à la promotion d'un *soft power* chinois à l'étranger.

1.2.1. Les stratégies organisationnelles

En tant qu'institutions de communication linguistique et culturelle sino-étrangères, les IC se distinguent des institutions parrainées et soutenues par un seul gouvernement d'État, telles que le *British Council* et le *Goethe-Institut* allemand, et offre un nouveau modèle à suivre et à imiter (Liu, 2012 : 81). Grâce à ce modèle original de coopération internationale, les IC ont pu réaliser une implantation mondiale inédite. En effet, après la création du premier IC en 2004 en Corée du Sud, ils sont entrés ensuite dans une phase de grande expansion pendant les

¹⁵ La stratégie « *Go global* » a initialement été conçue pour développer l'économie chinoise par l'ancien président chinois Jiang Zeming en 1997. Consulté le 11 août 2022. Disponible sur : http://www.news.cn/politics/2021-12/08/c_1211478976.htm.

¹⁶ Terme conçu par la Chine et apprécié par Pascal Lamy, ancien directeur général de l'Organisation mondiale du commerce, voir dans son entretien avec Xinhua (journal chinois). Consulté le 15 mars 2021. Disponible sur : <http://french.peopledaily.com.cn/Chine/n3/2019/0323/c31354-9559642.html>.

quatre premières années avant de passer dans une phase de développement stable (Liu, 2015 : 237). En moins de vingtaine d'années, 550 IC se sont installés sur les cinq continents : 62 en Afrique, 144 en Amérique, 137 en Asie, 187 en Europe et 20 en Océanie¹⁷. Cette implantation mondiale sert de base solide pour la communication interculturelle des IC (Li, Liu, 2017 : 149) au travers de leurs activités d'enseignement et de culture.

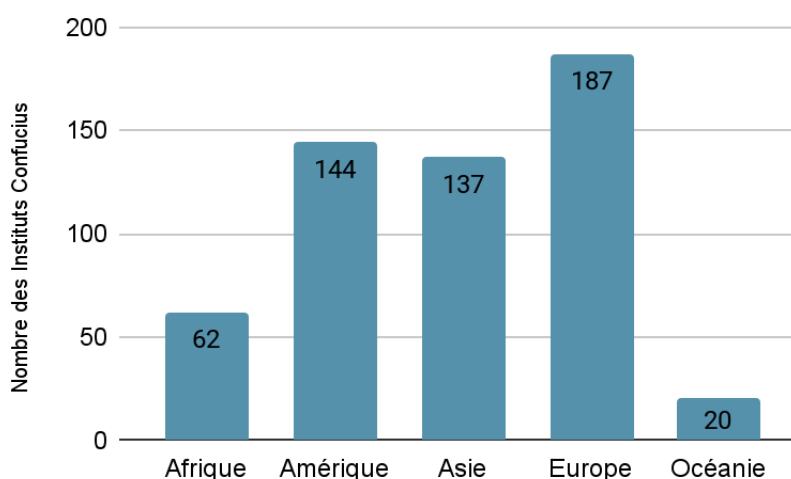


Figure 1.1 : L'implantation mondiale des Instituts Confucius
(Créée le 02 janvier 2021 par Xue Han)

Concernant leurs actions d'enseignement, les IC proposent une variété de formations de sorte que chacun puisse trouver celle qui lui convient. Prenons l'ICCA comme exemple. Dans le cadre des cours tout public, un enfant pourra s'inscrire au « Cours de chinois jeune public niveau 1 » ou au « Cours de chinois jeune public niveau 2 » alors qu'un adulte qui travaille a la possibilité de suivre les cours du soir ou du week-end tels que le « Cours de chinois débutant », le « Cours de chinois intermédiaire » ou encore le « Cours de chinois avancé ». Par ailleurs, une entreprise peut demander la conception d'un programme particulier de cours de chinois pour son personnel auprès de l'ICCA. Afin de mieux répondre aux différents besoins des apprenants, les IC commencent à adapter leurs formations aux besoins réels des apprenants : concevoir des manuels spécifiques adaptés à la culture locale et recruter des enseignants locaux connaissant mieux l'intérêt et les éventuelles difficultés des apprenants. Après une vingtaine d'années de développement, le système d'enseignement des IC dans le cadre des cours tout public est devenu relativement mature et répond mieux à la demande de l'apprentissage du chinois des publics étrangers. À part les cours tout public, les IC

¹⁷ Site du nouveau siège des Instituts Confucius : *Chinese International Education Foundation*. Consulté le 18 août 2022. Disponible sur : <https://cief.org.cn/qq>.

collaborent avec les établissements d'études supérieures. Dans le cas de l'ICCA, il propose également des cours de mandarin principalement destinés aux étudiants des établissements d'enseignement supérieur de différents niveaux, du niveau débutant aux niveaux intermédiaire et avancé. En effet, ce processus d'enseignement du chinois à l'étranger contribue à l'éducation internationale transfrontalière, qui fournit non seulement des informations pour optimiser l'éducation internationale en chinois, mais joue également un rôle important dans le renforcement de l'internationalisation d'enseignement supérieur dans le monde entier (Zhang, Zheng, 2021 : 163).

Concernant leurs activités culturelles, les IC conçoivent différentes formes d'activités afin de faciliter la compréhension de la culture chinoise auprès des publics étrangers : des expositions, des concerts, des conférences, des ateliers culturels, des journées d'études chinoises, la fête des IC... Ces activités mettent surtout la culture traditionnelle en valeur avec notamment les nœuds chinois, la découpe du papier, la calligraphie, la peinture à l'encre chinoise, la médecine chinoise, le *Taiji*, le Kung Fu, le *Qigong*, les instruments de musique folkloriques, l'Opéra de Pékin, la porcelaine, le jeu de Go... (Zhang, 2014 : 7). À part la culture chinoise traditionnelle, les publics étrangers demandent de plus en plus de mieux connaître d'autres aspects de la culture chinoise telle que la culture moderne, la culture contemporaine, les cultures minoritaires... Afin de répondre à cette demande, les IC commencent à intégrer la culture contemporaine dans leurs activités culturelles. Par exemple, l'ICCA a organisé deux ateliers autour du thé en novembre et en décembre 2020. L'atelier sur la fête des jeunes célibataires chinois a eu plus de succès auprès des Français que la fête du solstice d'hiver, une fête chinoise traditionnelle.

1.2.2. L'augmentation de la confiance culturelle des Chinois

À mesure que la culture chinoise traditionnelle devient de plus en plus populaire, elle change le regard que les Chinois portent sur leur propre culture ancestrale qui a été méprisée pendant presque un siècle. De ce fait, ils se rendent compte graduellement de la richesse extraordinaire de leur patrimoine culturel ancestral, ce qui leur donne envie de mieux le connaître. Par conséquent, la culture traditionnelle entre dans le domaine de la culture populaire en Chine, où elle est devenue un élément majeur, ce qui reflète une tendance du développement de la culture populaire ces dernières années. Cela reflète à la fois le renouveau des « études

classiques¹⁸» au fil des ans, le renforcement de la demande de la société pour les valeurs spirituelles de la culture traditionnelle, ainsi que le besoin de la société d'améliorer sa culture générale (Zhang, 2021). Par exemple, un livre intitulé « Reconstruire la confiance culturelle des Chinois¹⁹ » vise à aider les lecteurs à comprendre la culture chinoise et à reconstruire leur confiance culturelle. Il couvre les enseignements de Confucius, Lao Tseu et d'autres sages chinois.

Cette nouvelle demande des Chinois de mieux connaître la culture traditionnelle se manifeste d'abord dans les programmes de télévision. Par exemple, le programme de « la Conférence sur la poésie chinoise » donne aux Chinois le plaisir d'apprécier la beauté de leur langue avec de merveilleux poèmes. Par ailleurs, le sujet le plus populaire pendant le Nouvel An chinois 2021 reflète également cette nouvelle demande des Chinois. Il s'agit d'un programme de chants et de danses « le Banquet de nuit au Palais *Tang*²⁰ » inspiré de la culture traditionnelle de la dynastie *Tang*. En même temps, les Chinois commencent à éduquer leurs enfants avec la culture traditionnelle. D'un côté, les enfants dès trois ans, reçoivent une formation à l'école sur la culture chinoise traditionnelle par le biais de contes, de jeux, de chants, de danses, de pièces de théâtre, de travaux manuels, de gribouillages et d'autres formes intéressantes pour les enfants. D'un autre côté, les parents inscrivent leurs enfants aux activités extrascolaires pour leur apprendre la calligraphie, la poésie, la musique, la danse et le théâtre traditionnel... Ce faisant, le noyau spirituel de la culture chinoise traditionnelle est transmis à la génération suivante (He, Jin, 2021 : 136).

Le fait que les Chinois s'imprègnent à nouveau de leurs traditions les invite à redoubler l'intérêt et la fascination qu'ils lui portent et sa richesse leur donne envie de s'exprimer parce que la sagesse de la culture chinoise traditionnelle fournit même des solutions aux problèmes personnels des individus. De ce fait, les Chinois ont une confiance en leur culture traditionnelle et ils commencent à communiquer leurs propres perceptions en particulier sur Internet. Prenons l'exemple de Ziqi Li, une youtubeuse chinoise : elle publie des recettes de cuisine et de l'artisanat traditionnel sur Youtube depuis 2018 et ses vidéos sont très appréciées

¹⁸ Terme faisant référence à la culture chinoise traditionnelle. Consulté le 02 avril 2021. Disponible sur : <http://www.guoxue.com/?p=219>.

¹⁹ Huaijin Nan. *Reconstruire la confiance culturelle des Chinois* [En ligne]. Hengnan Academy. Publié le premier janvier 2023 [consulté le 22 avril 2023]. Disponible sur : <https://mp.weixin.qq.com/s/32HUlhoKpZT4NctdlerLjg>.

²⁰ Programme disponible sur Youtube. Consulté le premier avril 2021. Disponible sur : <https://www.youtube.com/watch?v=CPuAUcQvGGM>.

par des publics étrangers, y compris des Chinois vivant à l'étranger. Suite à sa dernière vidéo sur le Nouvel An chinois²¹, il y a eu 38 483 commentaires et les internautes n'ont pas hésité à la féliciter : « Ziqi Li, vous êtes une ambassadrice extraordinaire de votre pays et de votre culture. Merci de partager la beauté de la Chine. Beaucoup d'amour²² » ! « J'aime Ziqi Li et j'espère que la culture chinoise sera de plus en plus connue dans le monde²³ ». Si l'intérêt des Chinois pour leur culture traditionnelle est suscité par les IC, comme la figure le montre ci-dessous, les Chinois, de leur côté, contribuent graduellement au renforcement de cette confiance culturelle *via* leur participation à la communication de la culture chinoise, ce qui crée un cercle vertueux entre la communication interculturelle de la culture chinoise et la confiance culturelle des Chinois.

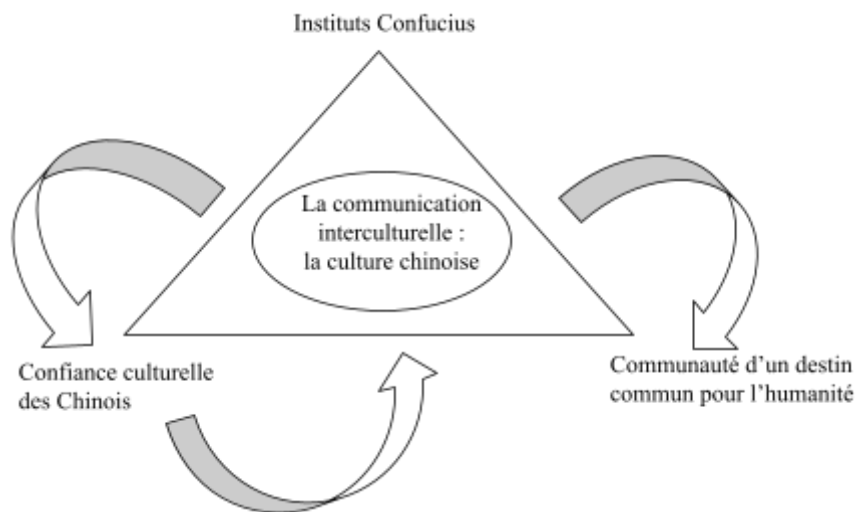


Figure 1.2 : Les deux contributions des Instituts Confucius (créée le 28 mars 2021 par Xue Han)

Selon Cixiong Li (2023), disciple de sage Huaijin Nan²⁴, la reconstruction de cette confiance culturelle, en intégrant l'essence des cultures orientales et occidentales pourrait aider à trouver une voie véritablement prospère pour la Chine ainsi que le monde actuel²⁵. Cette voie est la construction d'une communauté d'un destin commun pour l'humanité.

²¹ Vidéo de Ziqi Li sur le Nouvel An chinois. Youtube. Consulté le 28 mars 2021. Disponible sur : <https://www.youtube.com/watch?v=sGOTCCVDLlQ&t=918s>.

²² Commentaire publié par May Ann Baragona le 24 mars 2021. Consulté le 28 mars 2021. Disponible sur : <https://www.youtube.com/watch?v=sGOTCCVDLlQ&t=918s>.

²³ Commentaire publié par Lu Taihong le 27 mars 2021. Consulté le 28 mars 2021. Disponible sur : <https://www.youtube.com/watch?v=sGOTCCVDLlQ&t=918s>.

²⁴ Maître laïc du bouddhisme chinois Chan moderne, Huaijin Nan connaissait également le taoïsme et le confucianisme. Considéré comme un enseignant spirituel respecté en Chine contemporaine, il est souvent perçu comme la force majeure du renouveau de la culture chinoise traditionnelle.

²⁵ Présentation de Cixiong Li sur le livre « Reconstruire la confiance culturelle des Chinois ». Publié le premier janvier 2023. Consulté le 22 avril 2023. Disponible sur : <https://mp.weixin.qq.com/s/32HUIhoKpZT4NctdlerLjg>.

1.2.3. Vers une communauté d'un destin commun pour l'humanité

En plus de renforcer la confiance culturelles des Chinois, les IC aident également à construire « une communauté d'un destin commun pour l'humanité²⁶ ». Cette construction a été inscrite dans la Constitution chinoise en mars 2018, lors de la première session de la treizième Assemblée populaire nationale (Cui, Yu, 2019 : 107). Cette notion signifie que l'avenir de chaque nation et de chaque pays est étroitement lié à celui des autres nations et pays. Nous devons partager heurs et malheurs et vivre dans l'harmonie dans ce grand foyer commun qu'est notre planète, afin de réaliser les aspirations des peuples du monde à une vie meilleure.

En effet, les IC sont à la fois une plate-forme porteuse pour la communication d'une telle communauté et une voie pratique pour en promouvoir la construction avec la langue comme pont et la culture comme support (Li, 2018 : 50). Les IC proposent la construction d'une communauté d'un destin commun pour l'humanité parce que les deux partagent le même objectif et les mêmes principes : promouvoir le développement du multiculturalisme dans le monde et construire un monde harmonieux tout en développant des relations amicales entre la Chine et les pays hôtes à la base des principes de négociation et de construction communes ainsi que du sceau « gagnant-gagnant²⁷ ». L'idée de construire une communauté d'un destin commun pour l'humanité et celle de construire un monde harmonieux sont une seule et même chose, et la promotion de la coexistence harmonieuse de cultures multiples en est le sens essentiel (Li, 2018 : 50 ; Li, 2021: 187).

En même temps, les IC participent à la construction d'une communauté d'un destin commun pour l'humanité. D'abord, au travers des actions d'enseignement, le chinois devient le pont d'une communication interculturelle permettant aux publics étrangers de connaître et de comprendre la Chine. En apprenant le chinois, les publics étrangers ont la possibilité de communiquer avec des Chinois ou de se rendre en Chine afin de la découvrir en personne. Grâce à ce pont linguistique, les différentes cultures communiquent ensuite entre elles au travers des activités culturelles des IC. Tout cela contribue à la construction d'une communauté d'un destin commun pour l'humanité. De ce fait, les IC peuvent non seulement

²⁶ Ce terme avait été officiellement introduit dans le discours du président Xi Jinping le 15 novembre 2012, lors du 18^e Congrès national du Parti communiste chinois, et a été inscrit dans la préface de la Constitution chinoise six ans plus tard. Publié le 9 juillet 2017 [consulté le 05 mars 2020]. Disponible sur : <http://world.people.com.cn/n1/2017/0709/c1002-29392217.html>.

²⁷ Ce terme est souvent utilisé pour décrire une situation où toutes les parties impliquées bénéficient d'une manière ou d'une autre.

construire un pont de communication linguistique et une plate-forme d'échanges culturels pour la construction d'une communauté d'un destin commun pour l'humanité, mais aussi consolider les bases de la confiance.

À part les contributions linguistiques et culturelles, les IC facilitent également l'échange économique, un domaine indispensable pour construire une communauté d'un destin commun pour l'humanité. En effet, bien que les IC n'aient pas d'effet économique direct, ils génèrent une confiance mutuelle grâce à l'enseignement du chinois, qui a à son tour un effet économique (Peng, 2020 : 254). Par ailleurs, les IC répondent activement à l'appel de la stratégie « des nouvelles routes de la soie », une stratégie nationale chinoise basée sur les concepts stratégiques de « la ceinture économique de la route de la soie » et de « la route de la soie maritime du XXI^e siècle » qui ont été proposés par Xi Jinping en 2013 (Li, 2016 : 89). Plus précisément, ils créent une série de systèmes d'enseignement spécial du chinois en fonction des besoins locaux, et forment un grand nombre de talents dotés d'une expertise professionnelle, ce qui favorise ainsi le développement de l'éducation et de l'économie des pays situés le long de cette route (Li, Wan, 2019 : 84). C'est un choix impérieux pour tous les pays de promouvoir la construction d'une communauté d'un destin commun pour l'humanité et « des nouvelles routes de la soie » dans la nouvelle ère où la reprise économique mondiale est confrontée à de grandes incertitudes en raison des chocs superposés des changements sans précédent du siècle dernier et de la pandémie de Covid-19. Malgré cela, la tendance à la paix, au développement, à la coopération et à la situation « gagnant-gagnant » dans le monde est irréversible (Xu, 2022 : 79). Sur la figure ci-dessous, nous voyons que cette combinaison organique des IC et la stratégie « des nouvelles routes de la soie » renforce la construction d'une communauté d'un destin commun pour l'humanité.



Figure 1.3 : La promotion du *soft power* chinois à l'étranger
(Créée le 30 mars 2021 par Xue Han)

1.3. Un vieil objet de recherche qui demande de nouvelles perspectives

Les IC, bien qu'étant des institutions relativement jeunes, sont déjà devenus un objet d'études majeur dans les recherches sur les politiques culturelles et linguistiques, ainsi que sur les relations internationales. Toutefois, avec l'évolution constante du paysage sociopolitique et économique mondial, il est important d'explorer de nouvelles perspectives de recherche pour mieux comprendre le rôle et l'impact des IC dans le contexte actuel. Il est intéressant pour nous d'examiner comment les IC s'adaptent aux besoins changeants des participants d'un pays spécifique. Cette nouvelle perspective de recherche permet de saisir la dynamique et les enjeux des IC à l'ère de la mondialisation et des changements rapides.

1.3.1. L'historiographie des recherches sur les Instituts Confucius

Les recherches sur les IC ont commencé dès 2004, année de la création du premier IC à Séoul. Durant cette première période, les chercheurs chinois ont dominé ce domaine de recherche. Les deux premières années, les articles de presse décrivaient des faits en lien avec les IC surtout leur processus de création. Le premier article de presse de ce genre est apparu dans le journal *Contemporary Korea* annonçant non seulement la création du premier IC mais aussi les raisons de sa création. En effet, cet article soulignait qu'à cette époque, l'enthousiasme pour l'apprentissage du chinois était élevé dans le monde, en particulier en Corée du Sud, les étudiants coréens étant la plus grande source d'étudiants étrangers en Chine. Afin de contribuer à la promotion de l'enseignement du chinois et au développement des relations sino-coréennes, le premier IC fut créé. Cet article mentionnait également que les IC étaient un des projets nationaux menés par le gouvernement chinois. Il s'agissait d'une institution éducative à but social établie dans le monde entier, dont le siège était en Chine et qui avait pour objectifs de promouvoir la compréhension de la langue et de la culture chinoises dans tous les pays, et de fournir aux apprenants un matériel d'apprentissage pratique et abondant (*Contemporary Korea*, 2004 : 6). Les autres articles du même genre furent publiés successivement, y compris celui sur la création du premier IC en France : l'IC de l'université de Poitiers. Les trois partenaires présentés dans l'article œuvraient à la création de cet IC : l'université de Poitiers, l'université de Nanchang et l'entreprise Zhong Xin (*Gan*, 2005 : 40).

Les chercheurs étrangers ne se sont intéressés à ce domaine de recherche qu'à la fin de la première décennie du XXI^e siècle, mais contrairement aux chercheurs chinois qui étudient les IC dans une perspective multidisciplinaire, ils se sont concentrés principalement sur le rôle

politique des IC et sur « leur relation avec le *soft power* chinois » (Li, 2015 : 69). Le graphique ci-dessous montre cette différence.

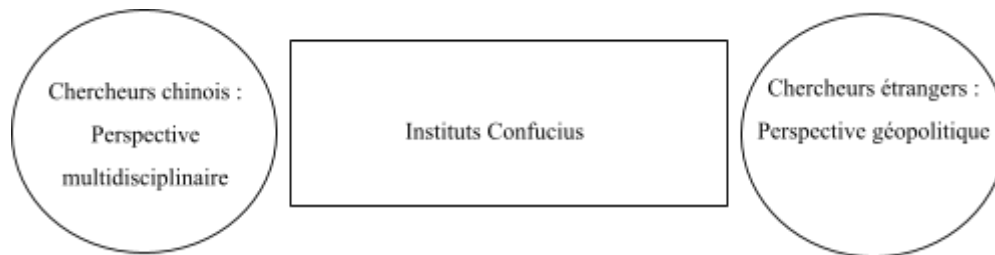


Figure 1.4 : La revue de littérature sur les Instituts Confucius en Chine et à l'étranger
(créée le 23 avril 2023 par Xue Han)

En 2009, Don Starr fut l'un des premiers chercheurs étrangers à se pencher sur l'analyse des IC, mettant en lumière leurs préoccupations liées à la viabilité à long terme. Il a souligné que, bien que les IC s'engagent dans la promotion de la langue et de la culture chinoises, il n'a pas précisé leur rôle, ce qui a conduit à l'émergence de critiques variées, y compris des inquiétudes concernant une possible extension du contrôle politique chinois dans les universités occidentales (Starr, 2009 : 79). Les travaux de Falk Hartig ont également été centraux dans l'analyse des IC. En 2012, il a coécrit un article avec Terry Flew pour examiner comment la Chine a adopté les concepts de *soft power* et de diplomatie publique pour améliorer son image et son influence internationales, en investissant dans des initiatives telles que les IC, les médias internationaux, les échanges culturels et éducatifs (Flew, Hartig, 2014 : 10). Trois ans plus tard, Hartig élargit son analyse, affirmant que les IC étaient « liés aux objectifs plus larges de la politique étrangère de la Chine... pour communiquer des récits stratégiques sur la Chine à des publics étrangers dans le but de faire progresser le *soft power* de ce pays » (Hartig, 2015 : 255).

D'autres chercheurs ont apporté des perspectives diverses sur le sujet. En 2013, Jae Park a présenté une analyse critique de l'interaction transnationale des forces culturelles, éducatives et économiques qui ont conduit à la création d'un centre linguistique et culturel chinois au Pérou (Park, 2013 : 15). Les perceptions du projet des IC ont également été étudiées en profondeur. En 2015, Wang et son collègue ont exploré les vues de différentes parties prenantes en Chine et aux États-Unis, mettant en lumière une gamme de réponses au projet (Wang, Adamson, 2015 : 233). Cette étude faisait écho à celle de Paradise James en 2009, qui avait précisé que, bien que favorisant les échanges universitaires, les IC ne gagneraient pas nécessairement les cœurs et les esprits à l'échelle mondiale (Paradise, 2009 : 665). En 2019,

une étude de cas spécifique a été menée par Alexandre Zhao Huang qui a examiné les activités des IC en Afrique, mettant en avant l'IC de l'université de Nairobi au Kenya comme un exemple concret de la diplomatie publique au service de la communication stratégique de l'État chinois (Huang, 2019). Cette étude souligne comment l'IC de Nairobi joue un rôle essentiel dans la promotion de la langue et de la culture chinoises sur le continent africain.

La recherche en Chine et en dehors de celle-ci présente à la fois des points communs et des différences (Wang, 2018 : 48). Le rôle des IC dans la promotion du *soft power* chinois est au cœur des discussions dans le monde entier alors que la recherche sur l'enseignement du chinois et la communication de la culture chinoise préoccupe surtout des chercheurs chinois. C'est la raison pour laquelle nous voudrions combler cette lacune dans la recherche des IC en dehors de la Chine tout en analysant le double rôle culturel et politique des IC dans leurs activités, plus précisément dans leurs activités culturelles.

En somme, les IC, en tant qu'entités objectives, sont souvent l'objet de perspectives variées, parfois diamétralement opposées. Cette divergence d'opinions peut être attribuée au fait que les acteurs politiques, les experts et les universitaires adoptent souvent des positions personnelles. Il convient de noter qu'il n'y a pas de bonnes ou de mauvaises perspectives, mais nous avons identifié trois positions distinctes : pro-chinoise, anti-chinoise et neutre. Lors de l'examen d'une entité objective telle que les IC, nous adoptons tous une certaine position pour diverses raisons, et cette position peut facilement nous orienter vers une opinion ou une conclusion biaisée. Dans le cadre de notre recherche, nous avons choisi de nous concentrer sur la communication interculturelle des IC au travers de leurs activités culturelles, dans le but de maintenir une position neutre et d'arriver à une conclusion précise sur leur rôle.

1.3.2. Les Instituts Confucius dans le cadre de la communication interculturelle

Les recherches concernant les IC en Chine embrassent une multitude de disciplines, illustrant ainsi leur portée multidisciplinaire. Ces études s'articulent principalement autour de dix axes majeurs : la langue et la littérature chinoises, la culture, l'éducation, la politique, le journalisme et la communication, qui se situe au cinquième rang des disciplines étudiées, le sport, l'économie, la médecine, la musique et la littérature. Il est à noter que d'autres champs tels que l'histoire, les langues étrangères, la philosophie et les beaux-arts sont également explorés dans ce contexte (Wang, 2018 : 52). L'enseignement de la langue chinoise demeure

le domaine de recherche prédominant en lien avec les IC, mettant en avant son rôle central dans les initiatives et les activités des IC (Li, 2017 : 6).

En ce qui concerne la communication au sein des IC, elle est abordée sous deux angles principaux dans les recherches, comme le montre la figure ci-dessous. D'une part, on étudie la communication mise en œuvre au travers des actions d'enseignement des IC, et d'autre part, on s'intéresse à celle véhiculée par les activités culturelles des IC.

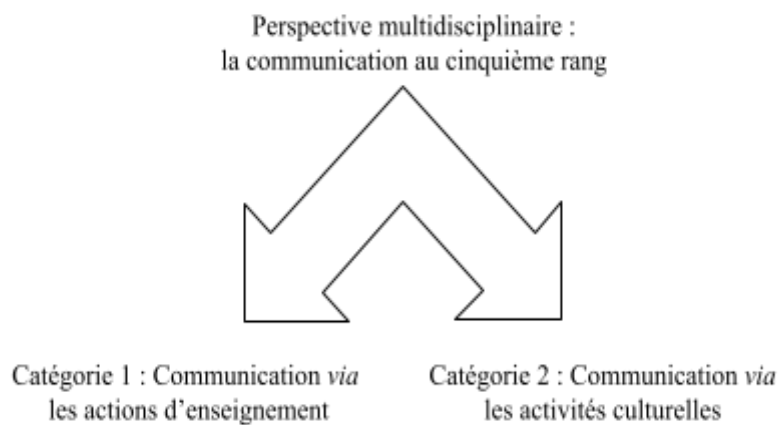


Figure 1.5 : Les deux catégories des recherches en Chine sur la communication des Instituts Confucius (créée le 23 avril 2023 par Xue Han)

La recherche actuelle sur les IC se caractérise par une abondance de travaux centrés sur les programmes linguistiques, les modèles d'enseignement du chinois et les supports destinés à l'enseignement de la culture chinoise. Une grande partie des chercheurs focalise leur attention sur les initiatives pédagogiques des IC, davantage que sur leurs activités culturelles. Cette tendance se reflète clairement dans le choix des thématiques abordées dans les recherches, où la communication inhérente aux actions d'enseignement se trouve au premier plan.

Un indicateur notable de cette prédominance est l'évolution du titre du « rapport annuel des recherches sur les IC » qui, en 2020, a été rebaptisé « rapport annuel des recherches sur l'enseignement international du chinois », mettant ainsi en exergue l'accent mis sur l'aspect linguistique. Cette orientation est également visible dans les trois rapports annuels s'étendant de 2017 à 2019, qui, bien qu'articulés autour de six chapitres, n'abordent à aucun moment la question de la transmission de la culture chinoise au travers des activités culturelles des IC. Ces rapports se concentrent plutôt sur des aspects tels que la synthèse des recherches menées, l'analyse des méthodes d'enseignement, l'étude du développement et de l'impact des IC,

l'examen de l'opinion publique à leur égard, ainsi que des études de cas spécifiques. Cette lacune souligne un champ d'étude potentiellement riche qui reste à explorer, et invite à une diversification des axes de recherche pour une compréhension plus holistique des fonctions et des impacts des IC.



Figure 1.6 : Le rapport annuel des recherches sur les Instituts Confucius de 2017 à 2020²⁸
(Créée le 28 juillet 2022 par Xue Han)

1.3.3. L'étude de la communication interculturelle au travers des activités culturelles des Instituts Confucius par la nationalisation

La communication autour de la culture chinoise orchestrée par les IC suscite un intérêt croissant au sein de la communauté des chercheurs. Toutefois, l'essentiel de cette attention se porte sur les initiatives d'enseignement de la culture chinoise, oscillant entre une approche généraliste et une focalisation sur des éléments patrimoniaux spécifiques. À titre illustratif, une étude menée en 2021 par Xianke Zhang, Lin Chen et Yaying Yao s'est penchée sur les enjeux de l'enseignement des arts martiaux au sein de l'IC de l'université Ricardo Palma au Pérou, proposant des pistes de réforme et de développement pour cette discipline (Zhang, Chen, Yao, 2021 : 59).

Bien que timide, un mouvement de recherche commence à s'intéresser à la communication de la culture chinoise au travers des activités culturelles des IC, se concentrant principalement sur l'analyse des caractéristiques de ces activités. La majorité des travaux existants demeure théorique, bien qu'une tendance à l'empirisme commence à se dessiner. Les mêmes auteurs cités précédemment ont ainsi recouru à des entretiens et observations sur le terrain pour

²⁸ *Confucius Institute Global Academic Information Database*. Consulté le 28 juillet 2022. Disponible sur : <http://www.ccis.sdu.edu.cn/kzxyyjndbg.htm>.

nourrir leur étude (Zhang, Chen, Yao, 2021 : 59). Néanmoins, ces recherches restent souvent limitées à l’exploration d’un IC spécifique, et la France demeure un terrain peu exploré.

En effet, les recherches sur les IC en France avancent à un rythme lent, malgré quelques contributions notables. Un article paru en 2012 dans la revue « *Management & Avenir* » a analysé la stratégie des IC en s’appuyant sur la théorie des leviers de contrôle de Robert Simons (Dorbaire, Chen, Chen, 2012). En 2015, Jiaqi Li a mis en lumière une discordance entre l’image que les IC souhaitent véhiculer et la perception qu’en a la presse française, cette dernière mettant davantage l’accent sur leur rôle dans la coopération économique et le développement du *soft power* chinois (Li, 2015 : 69). Wanqing Li (2017) a également souligné la superficialité de la compréhension de la Chine par de nombreux étrangers, une incompréhension souvent alimentée par les médias occidentaux (Li, 2017 : 5).

Face à ce constat, notre recherche aspire à combler ce vide en s’attelant à une étude systématique et approfondie de la communication interculturelle de la culture chinoise notamment au travers des activités culturelles des IC en France. Nous envisageons de privilégier une approche empirique, s’appuyant sur des données collectées directement sur le terrain pour refléter fidèlement les réalités vécues. La figure ci-dessous illustre bien notre démarche.

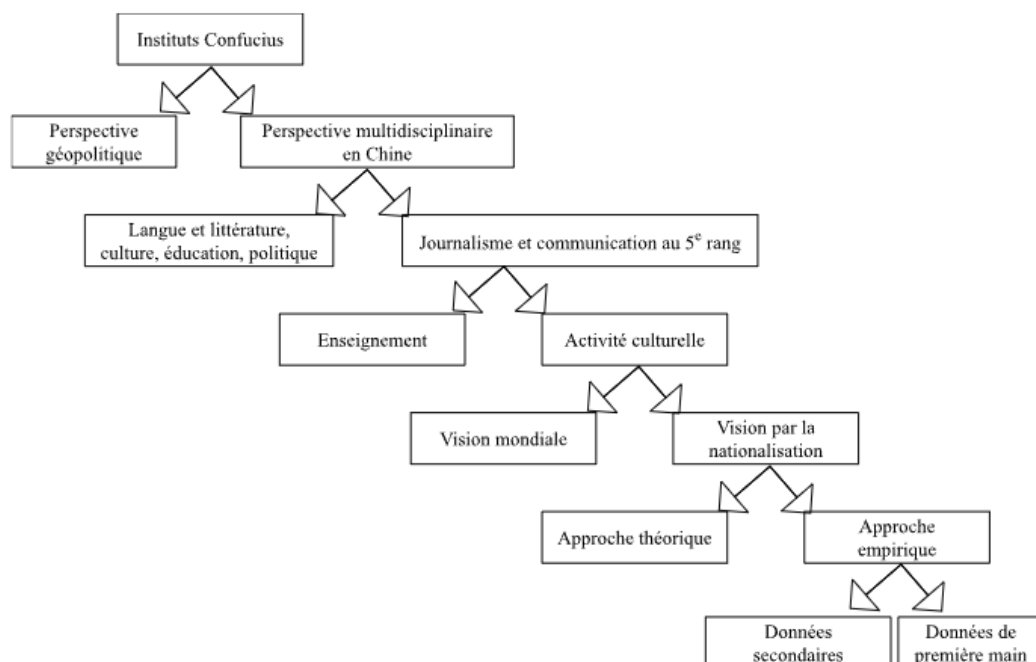


Figure 1.7 : le schéma de l’approche empirique de la thèse
(Créée le premier novembre 2023 par Xue Han)

En conclusion, bien que la communication interculturelle *via* les activités culturelles des IC soit encore un champ relativement peu exploré, il s'offre comme un domaine riche en potentialités pour les chercheurs. Notre démarche se veut innovante, en choisissant de se concentrer sur les IC en France et en optant pour une collecte de données ancrées dans des contextes authentiques, s'éloignant ainsi de la tendance actuelle à se baser principalement sur des données secondaires.

Conclusion du chapitre 1

Ce chapitre a permis de mettre en lumière la naissance des IC en tant qu'institution de communication linguistico-culturelle, qui a su répondre à une double demande et s'inspirer d'un modèle français. Grâce à une implantation mondiale rapide, ces instituts ont pu se développer rapidement et étendre leur influence sur les plans national et international. Toutefois, il est essentiel de continuer à approfondir la recherche sur ces institutions en explorant de nouvelles perspectives telles que la communication et la communication interculturelle par la nationalisation, comme l'illustre la revue de littérature présentée dans ce chapitre.



CHAPITRE 2 : LES DILEMMES ET LES ENJEUX



Introduction du chapitre 2

Les IC, similaires à l'Alliance française ou au *British Council*, jouent un rôle important dans le renforcement du *soft power* chinois à travers le monde, mais ils sont également confrontés à des problèmes. En tant qu'acteur du *soft power* chinois, les IC ont pour mission de promouvoir la langue et la culture chinoises, d'améliorer la compréhension mutuelle et de renforcer les liens culturels entre la Chine et les pays hôtes. Cependant, ils font également face à des critiques et à des défis, notamment en matière de transparence, d'influence politique et de liberté académique.

Dans ce chapitre, nous nous proposons de détailler les divers aspects qui caractérisent le fonctionnement et l'impact des IC dans le déploiement du *soft power* chinois, tout en mettant un accent particulier sur les défis rencontrés par ces instituts dans le monde entier et particulièrement en France.

La section 2.1 est consacrée à l'analyse des IC en tant que vecteurs du *soft power* chinois. Nous débuterons par une immersion dans le concept de *soft power* à la chinoise, explorant la réinterprétation distinctive qu'a faite la Chine de la théorie originellement formulée par Joseph Nye. Cette section mettra en avant les caractéristiques uniques du *soft power* culturel chinois, une stratégie qui s'ancre profondément dans des concepts ancestraux chinois, et qui trouve une expression contemporaine notable au travers des activités des IC. Poursuivant notre exploration, nous nous pencherons sur l'évolution dynamique de la diplomatie chinoise et ses répercussions directes sur les orientations et les missions des IC. De la diplomatie traditionnelle à une diplomatie résolument publique et de plus en plus numérisée, nous analyserons comment ces transitions ont façonné les objectifs stratégiques des IC, en adaptant leurs approches pour rester pertinentes dans un paysage diplomatique en constante mutation.

Dans la section 2.2 de ce chapitre, nous aborderons les défis et les controverses qui entourent les IC, en mettant un accent particulier sur les enjeux politiques et culturels auxquels ils sont confrontés. Nous explorerons les différentes stratégies d'adaptation qui ont été mises en œuvre pour surmonter ces défis, et nous nous concentrerons sur les spécificités des IC en France, analysant à la fois les défis uniques rencontrés dans le contexte français et les solutions potentielles qui pourraient être envisagées.

En conclusion, nous résumons les principaux points abordés tout au long du chapitre, offrant une synthèse réfléchie des dilemmes et des enjeux auxquels sont confrontés les IC dans leur quête pour servir de pont entre les cultures et promouvoir le *soft power* chinois à l'échelle mondiale.

2.1. Les Instituts Confucius comme vecteurs du *soft power* chinois

Les IC sont devenus une plate-forme permettant à la Chine de mener sa nouvelle diplomatie publique et de démontrer le *soft power* chinois (Huang, 2020 : 7). En tant qu'aspect important de la diplomatie d'un pays, la nouvelle diplomatie publique a sûrement ses propres objectifs, à savoir la volonté d'influencer l'opinion publique et, par conséquent, les décisions des gouvernements étrangers afin de promouvoir les propres intérêts du pays. Le *soft power* prend naturellement la dimension d'un pouvoir pluraliste du fait que la nouvelle diplomatie publique se caractérise par la diversité des ressources et la pluralité des acteurs. « C'est un processus qui consiste à passer de la reproduction de contenu à une production plus proactive de contenu » (Zhou, 2019 : 206). Selon Joseph Nye (2004 : 5), le *soft power* est « la capacité d'un pays à obtenir ce qu'il veut en attirant et en persuadant les autres à adopter ses objectifs ». Les IC contribuent à renforcer le *soft power* chinois en promouvant la langue et la culture chinoises, en facilitant les échanges universitaires et en créant des liens interculturels. Leur présence dans de nombreux pays témoigne de l'engagement de la Chine pour renforcer son image et élargir son influence à travers le monde (Li, 2009 : 120).

2.1.1. Le *soft power* à la chinoise : un *soft power* culturel

Le *soft power* est un terme apparu aux États-Unis à la fin du XX^e siècle et il est à ce jour au cœur de la stratégie culturelle de la Chine. Cependant, avant d'être officialisé dans le XVII^e Congrès du Parti Communiste Chinois (PCC) en 2007 comme composante importante de la puissance nationale globale²⁹, le concept de *soft power* avait fait l'objet de la reconstruction par les chercheurs et le gouvernement chinois. En effet, le *soft power* prenait une nouvelle dénomination en Chine comme le *soft power* culturel, ce qui impliquait des changements de la connotation et de la dénotation, y compris les objectifs, les valeurs, les composantes et les ressources, les moyens de la construction ainsi que la capacité. Et pourtant, des chercheurs à l'étranger discutent du *soft power* chinois à partir de leur compréhension du *soft power* de

²⁹ Résumé officiel du rapport de Hu Jintao au XVII^e PCC. Consulté le 05 mars 2021. Disponible sur http://www.gov.cn/lhdh/2007-10/15/content_776431.htm.

Joseph Nye. Il est donc nécessaire de dresser les caractéristiques du *soft power* culturel de la Chine, qui est en effet bien différent du *soft power* de Joseph Nye.

Le *soft power* est un concept né aux États-Unis en 1990 dans l'article intitulé « *Soft Power* » de Joseph Nye d'après lequel le *soft power* est le deuxième aspect du pouvoir qui se produit lorsqu'un pays amène d'autres pays à vouloir ce qu'il veut (Nye, 1990 : 166). Ce concept qui est en accord avec le Taoïsme auquel les Chinois tiennent a été introduit en Chine dès 1993 par Huning Wang qui a suggéré que « si un pays a une culture et une idéologie admirables, les autres pays auront tendance à le suivre. [...] Il n'a pas besoin de faire usage d'un *hard power* coûteux et moins efficace » (Wang 1993, cité par Courmont, 2012 : 290). Une fois exporté en Chine, le concept de *soft power* a vite suscité de grandes discussions parmi les chercheurs chinois sur sa connotation et sa dénotation. Cependant, le gouvernement chinois a mis une quinzaine d'années à réaliser l'importance du *soft power*. Jusqu'en 2007, le *soft power* culturel s'était officialisé dans le XVII^e Congrès du PCC comme une composante importante de la puissance nationale globale. Cette officialisation a converti le *soft power* de Joseph Nye en *soft power* culturel, qui était une des trois ressources proposées par Joseph Nye : la culture, les valeurs politiques internes et la politique étrangère (Nye, 2004, cité par Courmont, 2012 : 289). Plus précisément, cette reconstruction n'a pas élargi, mais a approfondi la portée du concept original. Par conséquent, le *soft power* culturel est désormais devenu une tâche importante pour renforcer la puissance nationale globale de la Chine (Cai, Wang, 2020 : 17). Barthélemy Courmont (2012 : 291) a remarqué cette reconstruction du concept : « le *soft power* n'en a pas moins été redéfini par les experts et dirigeants chinois, à tel point qu'il est possible de parler de *soft power* chinois ». Nous observons donc que le *soft power* de Joseph Nye a été contextualisé en Chine comme un *soft power* culturel à la fin de la première décennie du XXI^e siècle. À cette époque, la Chine était confrontée à des problèmes internationaux et nationaux. D'un côté, la Chine était vue comme une puissance montante menaçant les pays occidentaux depuis qu'elle était devenue la deuxième puissance économique en 2011³⁰ ; d'un autre côté, bien que la Chine connaisse un grand progrès économique, il restait encore beaucoup de problèmes à résoudre. Comme Xin Li et Verner Worm (2011 : 77) l'ont souligné, il existait de nombreux problèmes en Chine dans les années 2010 : la corruption, la censure, l'inégalité des chances, la classe privilégiée, le manque de transparence... C'était une situation défavorable pour le développement de la Chine. Le *soft*

³⁰ Actualité à l'Ambassade de la Chine à Cape Town. Consulté le 05 mars 2021. Disponible sur <http://capetown.chineseconsulate.org/chn/xwdt/t724838.htm>.

power culturel ayant la possibilité de résoudre ces problèmes d'après les chercheurs chinois tel que Honghua Men³¹ (2007a, 2007b), il a graduellement occupé une place importante dans la puissance nationale globale de la Chine.

a. La réinterprétation du *soft power* de Joseph Nye

La connotation du *soft power* culturel de la Chine est différente de celle de Joseph Nye. D'après Joseph Nye (2008 : 94), le *soft power* est la capacité d'affecter les autres pour obtenir les résultats qu'on veut par l'attraction plutôt que par la coercition ou le paiement. « Elle inclut en parallèle la capacité de mise à l'ordre du jour (*agenda-setting*) d'un gouvernement dans un processus de médiation de ses politiques, de ses valeurs nationales voire de ses messages idéologiques par le biais de la culture » (Nye, 1991, 2004, cité par Huang, Hardy, 2021 : 73). Cette définition assez ambiguë a ouvert une porte de discussion sur la connotation et la dénotation du *soft power* parmi les chercheurs chinois. Comme exposé ci-dessus (chapitre 2 : 52), les chercheurs chinois n'ont pas hésité à reconstruire le concept de *soft power* et chacun a proposé son propre point de vue. Par exemple, D'après Xintian Yu (2009 : 20), le *soft power* n'est pas une force spécifique remplaçant le *hard power* ; au contraire, il imprègne le *hard power* et guide son orientation. Ces chercheurs chinois s'inscrivent notamment dans deux courants : le courant culturel et le courant politique. Le premier suppose que la culture joue un rôle primordial alors que le second donne la première place à la politique. Le courant culturel est vite devenu le courant dominant quand le *soft power* culturel fut officialisé par le gouvernement chinois en 2007. Mais avant cette officialisation, les chercheurs chinois restaient sur le concept original de Joseph Nye tout en proposant les différents points de vue sur les composantes et la nature du *soft power*.

Tout d'abord, le courant politique a contribué à cette contextualisation en donnant une autre nature au *soft power* : la nature nationale. Selon Xuetong Yan³² (2006 : 1), le *soft power* est la capacité d'un pays à se mobiliser politiquement, tant à l'intérieur qu'à l'extérieur, c'est-à-dire la capacité d'un pays à utiliser les ressources immatérielles du pouvoir, plutôt que les ressources matérielles du pouvoir en soi. En ce qui concerne le courant de la culture, les chercheurs ont élargi les composantes du *soft power*. Comme déjà évoqué (chapitre 2 : 52), le

³¹ Représentant du courant de la culture du *soft power* chinois, professeur distingué de l'université de Tongji, Directeur de l'Institut Chinois d'Études Stratégiques et Doyen de la faculté des Politiques et des Relations Internationales à l'université de Tongji.

³² Représentant du courant politique, éminent professeur et doyen de l'Institut des Relations Internationales de l'université Tsinghua.

soft power de Joseph Nye se compose de trois catégories : la culture (dans les endroits où elle est attrayante pour les autres), les valeurs politiques (lorsqu'elles sont parallèlement respectées à l'intérieur du pays qu'à l'étranger), et la politique étrangère (lorsqu'elle est considérée comme légitime et ayant une autorité morale) (Nye, 2008 : 96). Honghua Men (2007a : 20), représentant du courant culturel, a étendu les composantes du *soft power* à cinq piliers : la culture, les valeurs, le modèle de développement, l'image internationale ainsi que le système international.

Après l'officialisation du *soft power* culturel de la Chine en 2007, les chercheurs ont commencé à définir le *soft power* culturel tout en reprenant les grandes lignes de la définition originale du *soft power*. Par exemple, pour Zhusong Yang et ses collègues (Yang, Hu, Hu, 2019 : 158), le *soft power* culturel comprend les ressources d'un pays pour internaliser ses propres symboles culturels dans les systèmes politiques, sociaux ou culturels d'autres pays par un endoctrinement non coercitif, ce qui lui permet d'influencer le comportement des autres gouvernements et les perceptions de leur population. Tout comme le courant politique, les chercheurs tiennent progressivement à la nature nationale du *soft power* culturel qui selon Libin Cai et Chenling Wang (2020 : 18) désigne les influences internes (la cohésion, la mobilisation, la motivation) et externes (l'attraction, la persuasion et l'influence) d'un pays grâce à ses ressources culturelles telles que la culture traditionnelle, les valeurs et l'idéologie.

En ce qui concerne la nature nationale, certains chercheurs ont même appliqué le concept non seulement aux nations mais aussi aux régions, aux organisations et même aux individus (Li, Worm, 2011 : 72). Ces études sur le *soft power* culturel au niveau régional montrent que sa connotation est très différente par rapport à celle du concept original de Joseph Nye lorsqu'il l'a introduit (Yang, Hu, Hu, 2019 : 157). Après que les chercheurs aient donné au *soft power* cette nouvelle nature nationale, le gouvernement chinois a pris le relais lors du XVIII^e PCC en 2012 en précisant que la construction du *soft power* culturel de la Chine consisterait à créer une société modérément prospère et à réaliser le grand renouveau de la nation chinoise, ce qui confirme bien l'opinion des chercheurs chinois que la construction du *soft power* culturel de la Chine est confrontée à des exigences à la fois nationale et internationale (Fan, Zhou, 2016 : 44).

En revanche, le *soft power* de Joseph Nye essuie beaucoup de critiques des chercheurs chinois faute de nature nationale. Guozuo Zhang (2015 : 43) note que le *soft power* pour Joseph Nye

n'est utilisé que comme un moyen de stratégie diplomatique et de jeu de pouvoir international. Selon certains chercheurs chinois, l'objectif du *soft power* des États-Unis est d'essayer de maintenir l'hégémonie mondiale et de diriger le monde pendant longtemps (Wang *et al.*, 2020 : 17). Comme le *soft power* de Joseph Nye est basé sur l'idée que les autres pays suivent le leadership des États-Unis dans le monde, il prend donc une valeur hégémonique par le fait qu'il consiste en une tentative de contrôler les autres pays (Yang, Hu, Hu, 2019 : 156).

b. Les caractéristiques du *soft power* culturel

Si le *soft power* de Joseph Nye a pour objectif d'aider les États-Unis à garder leur place de leader mondial lui donnant une valeur hégémonique, quels sont l'objectif et la valeur du *soft power* culturel de la Chine ? Tout comme sa connotation, l'objectif du *soft power* culturel de la Chine prend également une double nature à la fois nationale et internationale : faire concorder tous les Chinois dans la lutte des problèmes intérieurs de la Chine et construire un monde harmonieux tout en faisant découvrir la Chine aux publics étrangers³³. Ces deux objectifs sont un ensemble organique. Par ailleurs, concernant l'objectif international, il y a des intérêts réalistes de la Chine et également des intérêts fondamentaux et à long terme de contribuer au développement de la culture mondiale et de la paix pour l'humanité, ce qui aide à créer progressivement un monde harmonieux de la paix tout en gardant les différences de chacun (Sun, 2009 : 145). Certains chercheurs sont donc allés plus loin en proposant que l'objectif fondamental du *soft power* culturel de la Chine est de créer des valeurs partagées dans un monde harmonieux (Cai, Wang, 2020 : 17). Cette proposition prend racine dans la philosophie chinoise prônant l'harmonie et la paix. Elle a le potentiel de trouver une nouvelle identité culturelle dans la confrontation avec l'idéologie libérale de l'Occident, et donc de reconstruire une nouvelle carte civilisationnelle pour le monde dans le spectre philosophique oriental, et de créer une communauté culturelle avec des valeurs communes (Fan, Zhou, 2016 : 43).

Dans ce cas, le *soft power* culturel de la Chine passe d'une vision du pouvoir dominant compétitif de Joseph Nye à une vision de l'harmonie mettant l'accent sur la puissance de chacun et la coexistence avec les autres (Yang, Hu, Hu, 2019 : 156). Le *soft power* culturel

³³ L'objectif de la communication externe de la Chine éclairé par Xi Jinping en 2014 dans son discours lors d'une conférence à la Fondation Kolbe d'Allemagne, la base de données des discours de Xi Jinping. Consulté le 06 mars 2021. Disponible sur <http://jhsjk.people.cn/article/30514168>.

tient à la coexistence harmonieuse dans le monde en supprimant les connotations hégémoniques du *soft power* de Joseph Nye (Sun, 2009 : 145). De ce fait, le *soft power* culturel a donc une valeur harmonieuse. De toute façon, l'objectif du *soft power* culturel de la Chine n'est pas l'expansion régionale ou même mondiale, mais plutôt l'auto-enrichissement afin de trouver une voie de la croissance durable (Men, 2007a : 16). Le *soft power* chinois doit être considéré comme une question de sécurité. Les recherches devraient se concentrer sur les implications politiques du *soft power* chinois, tant dans la politique intérieure que dans la politique étrangère de la Chine (Aukia, 2014 : 88).

Avant de discuter des moyens de la construction du *soft power* culturel de la Chine, il faut d'abord porter le regard sur ses composantes et ses ressources. Comme souligné ci-dessus, le gouvernement chinois accorde beaucoup d'importance à la culture dans la construction du *soft power* depuis 2007 à tel point que le *soft power* chinois rime avec *soft power* culturel de la Chine. Nous allons donc nous concentrer sur les composantes et les ressources du *soft power* culturel chinois. En raison de la diversité de la culture et de l'intangibilité de la puissance, il est difficile pour les chercheurs chinois de se mettre d'accord sur les composantes du *soft power* culturel de la Chine. De ce fait, ils fournissent une analyse approfondie sous différents angles. Liang Sun (2009 : 146-147) détaille six éléments constituant le *soft power* culturel de la Chine dans la perspective synchronique : le *soft power* du modèle du développement, le *soft power* des valeurs fondamentales, le *soft power* de l'image nationale, le *soft power* de l'écologie culturelle, le *soft power* de la diplomatie et le *soft power* de la communication culturelle. Guozuo Zhang (2009) soutient cette perspective et selon lui, la composition du *soft power* culturel comprend l'influence culturelle, l'identification aux valeurs, l'esprit national, l'esprit de l'époque, la pensée théorique, l'orientation de l'opinion publique, les stratégies tactiques, la conception des systèmes, les politiques et réglementations, l'image nationale, ainsi que par le pouvoir d'influence, d'attraction et de persuasion. Guihan Wu (2012 : 98) le divise en deux parties du point de vue de la double nature du *soft power* culturel de la Chine : le *soft power* culturel de nature nationale et le *soft power* culturel de nature internationale. Xiaonan Hong et ses collègues (2013 : 205-206) le divisent en cinq parties du point de vue des formes du *soft power* culturel : la cohésion culturelle nationale qui incite le pays à former une force importante ; l'attractivité culturelle nationale imitée par d'autres pays ; l'innovation culturelle nationale favorisant le développement et la poursuite du leadership ; l'intégration culturelle nationale organisant les éléments culturels en un ensemble organique plus vaste et, le rayonnement culturel national exprimant ses intentions envers le monde de manière juste.

Contrairement à ses composantes, les ressources du *soft power* culturel de la Chine sont plutôt claires. En effet, selon les chercheurs chinois ainsi que le gouvernement chinois, la culture chinoise traditionnelle est une ressource principale du *soft power* culturel de la Chine. Tout comme Xiaoli Liu et Aiqin Sun (2012 : 30) le soulignent : l'excellence de la culture traditionnelle est un élément important dans la construction du *soft power* culturel, et la promotion de celle-là est le processus d'amélioration de celui-ci. Ruiteng Wang (2019 : 9) confirme également le rôle essentiel de l'excellence de la culture traditionnelle dans la construction du *soft power* culturel de la Chine. D'après Zhou Fan et Jie Zhou (2016 : 44), le *soft power* culturel de la Chine manifeste son esprit, provenant de sa longue culture traditionnelle. Dans un sens, la discussion sur le *soft power* chinois représente la question de la modernisation de sa culture traditionnelle (Men, 2007b : 44). Xi Jinping a confirmé en 2014³⁴ que les valeurs fondamentales basées sur l'excellence de la culture chinoise traditionnelle sont l'âme et le point central de la construction du *soft power* culturel chinois.

Comme les chercheurs ont tous une compréhension propre du *soft power* culturel, chacun propose donc différents moyens de construire un *soft power* culturel chinois. Par exemple, selon Liyan Han (2013 : 91), le gouvernement devrait construire un foyer spirituel commun pour la nation chinoise tout en héritant de la culture chinoise traditionnelle, en apprenant de la culture occidentale et en innovant à partir de la culture chinoise traditionnelle et de la culture occidentale ainsi qu'en approfondissant les réformes et l'ouverture dans le domaine de la culture. D'autres pensent que la construction du *soft power* culturel à l'étranger est également importante et pour ce faire, il faut renforcer la communication interculturelle (Sun, Miao, 2020 : 162). Si ces chercheurs se concentrent sur une simple nature du *soft power* culturel pour en proposer les moyens de sa construction, la plupart de chercheurs voient cette question avec sa double nature à la fois nationale et internationale. Comme Guihan Wu (2012 : 98) le propose, il est impératif de travailler simultanément à la consolidation du *soft power* culturel au sein de la Chine tout en s'efforçant de promouvoir et de diffuser la culture chinoise à l'échelle mondiale afin d'accroître son influence internationale. Le gouvernement chinois confirme bien que la construction du *soft power* culturel de la Chine se fait en Chine et à l'étranger. Selon Xi Jinping, le *soft power* culturel de la Chine doit se construire en Chine

³⁴ Reportage dans Le Journal *People*. Publié 26 février 2014 [Consulté le 17 mars 2021]. Disponible sur <http://cpc.people.com.cn/n/2014/0226/c64094-24464564.html>.

avant de le communiquer au monde³⁵. En 2020, le gouvernement chinois a officialisé la politique « La Chine culturellement forte³⁶ » et a précisé ses objectifs à long terme : en 2035, la Chine deviendrait « un pays culturellement fort », ce qui renforcerait considérablement le *soft power* culturel pour que la Chine réalise ce « rêve chinois » du grand renouveau de la nation chinoise et renforce l'influence de la culture chinoise (Wei, 2021 : 1). Nous constatons donc qu'afin de construire le *soft power* culturel dans sa double dimension, la Chine adopte une politique « La Chine culturellement forte » à l'intérieur de la Chine alors que sur le plan international, elle opte pour « La communauté d'un destin commun pour l'humanité » grâce aux deux moyens principaux : la stratégie économique « Les nouvelles routes de la soie » ainsi que les IC. La figure ci-dessous montre les deux moyens d'une promotion du *soft power* culturel chinois à l'étranger.

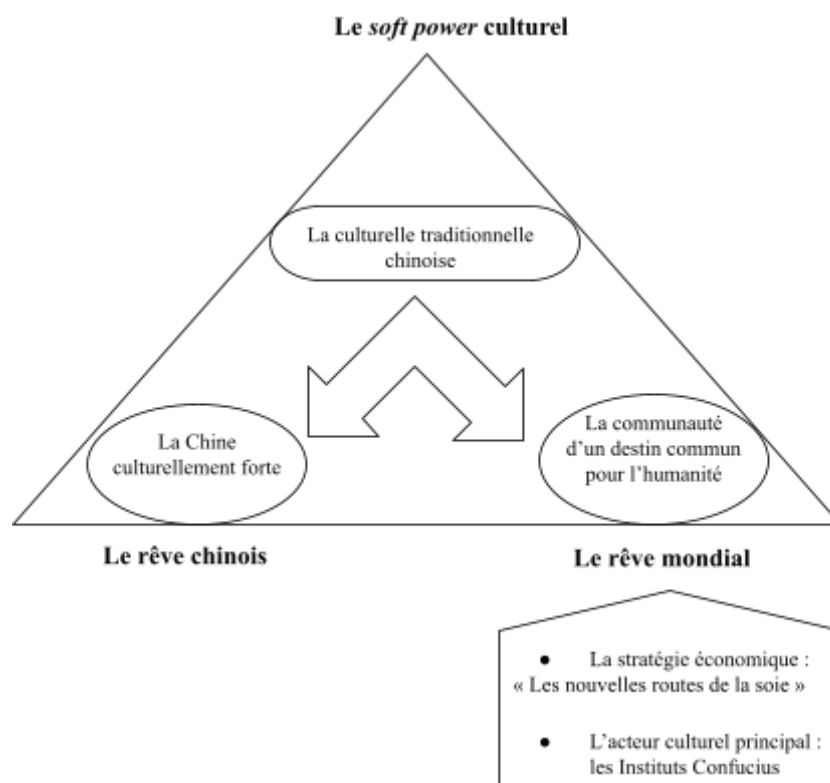


Figure 2.1 : Le double objectif du *soft power culturel* et les moyens de sa construction à l'étranger (créée le 02 avril 2021 par Xue Han)

³⁵ La nature interne du *soft power* culturel de la Chine est primordiale selon Xi Jinping en 2013, la base de données des discours de Xi Jinping. Consulté le 10 mars 2021. Disponible sur <http://jhsjk.people.cn/article/30514168>.

³⁶ Un concept de Xi Jinping apparu dès 2013. Consulté le 10 mars 2021. Disponible sur <http://jhsjk.people.cn/article/22634049>.

En nous appuyant sur les analyses ci-dessus, nous fournissons également notre version des composantes du *soft power* culturel à partir de la perspective chronologique : la culture chinoise traditionnelle, la culture chinoise avancée contemporaine et la culture chinoise future partagée par les publics étrangers, ces deux dernières étant construites sur la base de la première. Ces trois composantes comprennent chacune la culture populaire et la culture élitiste. De ce fait, nous définissons le *soft power* culturel comme la capacité d'influencer les autres pour obtenir les résultats souhaités par tous par l'attractivité de la culture plutôt que par la coercition des pouvoirs militaires et économiques. En ce qui concerne la Chine, le *soft power* culturel est la capacité d'attirer les autres par la culture chinoise à construire un monde harmonieux d'un destin commun pour l'humanité dans un monde paisible et harmonieux.

c. Le *soft power* culturel : une réactualisation d'un ancien concept chinois

La reconstruction du *soft power* de Joseph Nye avec les caractéristiques chinoises n'est pas un hasard. Il est incontournable parce que les anciennes valeurs traditionnelles chinoises reprennent de l'importance dans la culture. Autrement dit, cette réappropriation dans le contexte chinois du concept de *soft power* de Joseph Nye, n'est pas anodine ; elle témoigne d'une volonté de renaissance des valeurs chinoises traditionnelles, érigées en pilier de la nouvelle définition du *soft power* à la chinoise.

Honghua Men (2007a : 18) souligne que l'idée d'évaluer le pouvoir d'un pays selon sa capacité d'influence douce est loin d'être nouvelle dans la pensée chinoise. Des figures emblématiques de la philosophie chinoise antique avaient déjà esquissé des concepts s'alignant sur l'idée de *soft power*. Lao Tseu, grand sage chinois et fondateur du taoïsme, prônait la douceur comme étant la force suprême en disant « le plus doux du monde est le plus fort du monde ». Confucius, le fondateur du confucianisme, a mis l'accent sur « convaincre les gens par les vertus ». Sunzi, le maître de la science militaire, a proposé que « la meilleure stratégie de la guerre consiste à déjouer la stratégie de l'ennemi ». Cette idée de « faire abandonner les autres sans combattre » met en avant le rôle du *soft power*.

Cette réinterprétation du *soft power* au travers du prisme des enseignements ancestraux chinois se distingue nettement de la conception américaine du concept. Tandis que les États-Unis adoptent une vision plus récente et pragmatique, fondée sur leur hégémonie culturelle et économique à l'échelle mondiale, la Chine mise sur un héritage philosophique

riche et des principes séculaires pour redéfinir le *soft power*. Le *soft power* culturel de la Chine diffère donc avec celui des États-Unis et remonte aux anciennes valeurs chinoises. En effet, contrairement à la mondialisation dominée et régulée par les États-Unis, la Chine ne déploie pas son emprise sur les bases d'une puissance établie, mais elle fait de son déploiement international, les assises de son émergence (Albagli, 2020). Autrement dit, cette stratégie du *soft power* culturel chinois visant à construire un monde partagé et harmonieux évite les conflits physiques. En revanche, cette approche, qui repose sur l'influence culturelle, permet à la Chine de se positionner comme une alternative harmonieuse sur la scène internationale, différente de la version américaine hégémonique.

Ainsi, pour appréhender les divergences fondamentales dans la perception du *soft power* entre la Chine et les États-Unis, il est impératif de dépasser une analyse unidimensionnelle et souvent subjective. Il s'avère essentiel de considérer les contextes historiques spécifiques à chaque nation, qui ont façonné des systèmes de valeurs distincts, des caractères nationaux différents et des identités nationales uniques.

2.1.2. L'évolution de la diplomatie et ses répercussions sur les Instituts Confucius

La diplomatie, initialement définie comme les activités d'un pays dans les relations internationales³⁷, a connu des évolutions importantes depuis la nouvelle ère. En effet, elle s'est d'abord transformée en diplomatie publique émergeant au milieu des années 1960 avant de devenir actuellement la diplomatie digitale. Des évolutions importantes ont eu lieu, allant de la diplomatie traditionnelle à la diplomatie publique, à la nouvelle diplomatie publique et enfin à la diplomatie numérique. Ces évolutions ont influencé les activités et les objectifs des IC dans le domaine de la communication interculturelle.

a. De la diplomatie traditionnelle à la diplomatie publique

La diplomatie traditionnelle, centrée sur les relations intergouvernementales et les interactions entre les représentants officiels des États, a progressivement évolué vers une diplomatie publique, qui vise à influencer les attitudes et les perceptions des publics étrangers (Huang, Hardy, 2021 : 74). Comme l'a dit Harold Nicolson (1939 : 15) dans son livre « *Diplomacy* », la diplomatie est « l'application de l'intelligence et du tact aux rapports entre les gouvernements ». Elle se caractérise par des négociations secrètes, des échanges officiels et

³⁷ Définition dans le dictionnaire Zdic [en ligne]. Consulté le 24 mars. Disponible sur : <https://www.zdic.net/hans/%E5%A4%96%E4%BA%A4>.

des rencontres entre diplomates et dirigeants politiques pour résoudre les différends et établir des alliances.

Alors que la diplomatie traditionnelle se limite principalement aux interactions gouvernementales, la diplomatie publique, quant à elle, s'engage davantage avec le public. C'est en 1965 que le diplomate américain Edmond Gullion a introduit ce terme pour la première fois, dans un contexte marqué par l'essor de la communication de masse et la popularité croissante des médias. Selon sa définition, la diplomatie publique « s'intéresse à l'influence de l'opinion publique sur la formulation et l'exécution des décisions en politique étrangère » (Nattier, 2015 : 12). Si la diplomatie traditionnelle mobilise surtout les ressources politiques d'un pays dans le traitement de ses relations internationales, la diplomatie publique fait appel à toutes les ressources disposées par l'État. « En politique internationale, les ressources qui produisent le *soft power* découlent en grande partie des valeurs qu'une organisation ou un pays exprime dans sa culture, dans les exemples qu'il donne par ses pratiques et ses politiques internes, et dans la façon dont il gère ses relations avec les autres. La diplomatie publique est un instrument qu'un gouvernement utilise pour mobiliser ces ressources afin de communiquer et d'attirer les publics d'autres pays, plutôt que leurs seuls gouvernements » (Nye, 2008 : 95). Dans cette définition, Joseph Nye voit que la diplomatie publique est un instrument propre à l'État. Ce point de vue fait écho avec celui de Kejin Zhao (2010 : 67) qui pense que la diplomatie publique est une forme d'échange et de communication directe entre le gouvernement d'une nation et le public d'un autre pays. Nous voyons ici que par rapport à la diplomatie traditionnelle, la diplomatie publique mobilise diverses ressources, mais n'a pas dépassé leurs limites au niveau des acteurs qui sont responsables de la mettre en action. Précisément, c'est l'État qui est le seul acteur dans les activités diplomatiques.

La diplomatie est également connue sous le nom de diplomatie du *soft power*. En termes de relation, les chercheurs ont un consensus que la nouvelle diplomatie publique a pour but de renforcer le *soft power* de l'État (Zhong, 2011 : 51). Selon Xin Zhong (2011 : 53), les objectifs et les moyens de la nouvelle diplomatie publique sont remarquablement cohérents avec la connotation du *soft power*, c'est-à-dire que la nouvelle diplomatie publique cherche à améliorer l'image du pays, à renforcer son attractivité et à promouvoir ses intérêts. Joseph Nye (2008 : 107-108) affirme également que la diplomatie publique présente une bonne image d'un pays et renforce son *smart power*, y compris son *soft power*. La diplomatie

publique est un moyen d'améliorer l'image de l'État, et une bonne image de celui-ci sert à générer du *soft power*. Autrement dit, le résultat de la diplomatie publique est une bonne image de l'État, et le résultat de celle-ci est le *soft power* (Gerlof, 2020 : 23).

Bien que la nouvelle diplomatie publique ait un grand rôle à jouer dans le renforcement du *soft power*, il ne faut pas confondre ces deux notions. La nouvelle diplomatie publique est l'expansion de cibles diplomatiques spécifiques par rapport à la diplomatie traditionnelle et, par conséquent, il y a une expansion des acteurs et des publics, des méthodes et des outils d'évaluation. Le *soft power*, quant à lui, est un concept de plus haut niveau d'attractivité, d'influence et d'affinité créé par de la culture, des stratégies et des politiques.

b. Vers une diplomatie numérique

De 1965 à nos jours, la diplomatie publique a évolué parallèlement à l'évolution de l'environnement de la communication internationale, à la variété croissante des acteurs, aux changements rapides des technologies de communication et à l'émergence de nouvelles formes de médias. De ce fait, la signification de la diplomatie publique a subi d'importants changements.

En termes de diplomatie publique, la dernière décennie est marquée par le passage d'un pouvoir de communication dominé par l'État à un pouvoir pluraliste dans lequel chacun a le pouvoir de communiquer (Zhou, 2019 : 206). En effet, le public est largement impliqué, consciemment ou inconsciemment, dans la génération des flux d'information et d'influence sur le plan international, non seulement en tant que destinataires de la communication, mais aussi en tant qu'acteurs et, de ce fait en tant qu'acteurs importants de la diplomatie publique. Cette expansion des acteurs entraîne l'évolution de la diplomatie publique en nouvelle diplomatie publique (Zhong, 2011 : 54). Cette transformation ne connaît pas de pause et s'intensifie à l'ère numérique, période durant laquelle le pouvoir se décentralise progressivement des États et des institutions pour se redistribuer au sein des réseaux. Cette tendance est amplifiée par l'évolution rapide des technologies.

Au cœur de cette mutation, les gouvernements et leurs institutions sont appelés à s'adapter rapidement s'ils veulent prospérer dans cet environnement qui est à la fois propice et exigeant. C'est un environnement propice car il transcende les contraintes de temps et d'espace, et

élargit considérablement le public. C'est aussi un environnement exigeant car le succès repose désormais sur la capacité à attirer, à construire et à mobiliser des réseaux d'acteurs pour travailler en collaboration. Les institutions capables de relever ce défi seront les catalyseurs de la promotion du *soft power* pour leurs gouvernements, qui grâce à elles, deviennent les acteurs clés des événements mondiaux.

c. Les impacts sur les objectifs stratégiques des Instituts Confucius

La diplomatie traditionnelle, qui repose sur des échanges formels et des négociations entre les représentants officiels des États (Nicolson, 1939 : 3), est moins présente dans les activités des IC. En revanche, ces derniers s'inscrivent davantage dans le cadre de la diplomatie publique, qui vise à gagner le soutien des populations étrangères en utilisant des outils de *soft power* tels que les échanges culturels, les programmes d'éducation et les initiatives médiatiques (Nye, 1990b : 32).

De plus, les IC sont un exemple concret de la nouvelle diplomatie publique, qui élargit le champ d'action de la diplomatie publique en impliquant un éventail plus large d'acteurs, tels que les organisations non gouvernementales, les entreprises et les citoyens ordinaires, dans la promotion des intérêts nationaux et la résolution des problèmes mondiaux (Melissen, 2005 : 12). Ils travaillent avec des partenaires locaux, comme les universités et les organisations culturelles, pour organiser des événements et des programmes accessibles aux populations locales, favorisant ainsi la création de réseaux et de partenariats transnationaux.

Enfin, les IC tirent parti de la diplomatie numérique, qui utilise les technologies numériques, telles que les réseaux sociaux, les plates-formes de communication en ligne et d'autres outils numériques pour atteindre et engager les publics étrangers, ainsi que pour partager des informations et coopérer avec des partenaires internationaux, pour atteindre les objectifs de la diplomatie traditionnelle de manière plus efficace et transparente (Sandre, 2015 : 5). Ils exploitent ces technologies pour promouvoir leurs événements, partager des ressources pédagogiques et échanger avec les étudiants et les enseignants à l'étranger, s'adaptant ainsi à l'ère de la diplomatie numérique.

En somme, les activités et les objectifs des IC s'inscrivent dans l'évolution de la diplomatie et de la communication interculturelle. Ils intègrent des aspects de la diplomatie publique, de la

nouvelle diplomatie publique et de la diplomatie numérique pour promouvoir la langue et la culture chinoises, engager les citoyens étrangers et créer des réseaux transnationaux, tout en s'adaptant aux défis et aux opportunités de l'ère numérique.

Il est important de souligner ici que le rôle des IC dans la promotion du *soft power* chinois est limité. En effet, l'indice du *soft power* de la Chine est toujours inférieur à sa puissance économique. En effet, selon le rapport *The Soft power 30*³⁸, la Chine se trouve loin derrière la France et occupe la 25^{ème} place en 2017 et la 27^{ème} place les deux années suivantes alors que la Chine garde la seconde place en puissance économique devant la France et derrière les États-Unis depuis 2011³⁹.

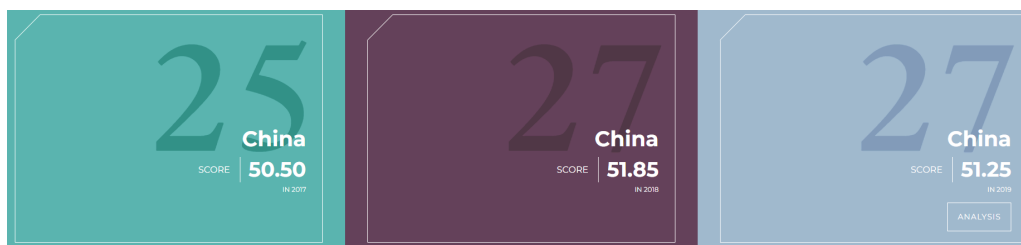


Figure 2.2 : L'indice du *soft power* chinois de 2017 à 2019
(Créée le 26 juillet 2022 par Xue Han)

Ce contraste important expose le dilemme des IC dans leur promotion du *soft power* chinois. D'un côté, la Chine dispose d'une riche culture, et notamment d'une extraordinaire culture traditionnelle, d'un autre côté, la Chine occupe une place relativement inférieure en termes de *soft power*.

2.2. Les défis et les controverses

Bien que les IC, perçus comme des acteurs culturels et éducatifs, connaissent déjà des succès, ils se confrontent encore à de nombreux défis (Li, 2021 : 186) lorsque leurs pratiques de la communication interculturelle se répandent et s'approfondissent. Ces défis surviennent à la fois en Chine et à l'étranger. En Chine, ils concernent deux aspects. D'une part, des critiques sont émises sur le dysfonctionnement de la gestion des IC. D'autre part, leur faible influence

³⁸ Indice du *soft power* de la Chine dans le dernier rapport par le *USC Center on Public Diplomacy* et le centre de recherche en marketing américain Portland. Consulté le 26 juillet 2022. Disponible sur : <https://softpower30.com/country/china/>.

³⁹ Philippe Grangereau. *Chut ! La Chine devient la deuxième puissance économique mondiale* [en ligne]. Libération. Publié le 15 février 2011 [consulté le 26 juillet 2022]. Disponible sur : https://www.liberation.fr/futurs/2011/02/15/chut-la-chine-devient-la-deuxieme-puissance-economique-mondiale_714968/.

malgré de nombreuses ressources leur ayant été accordées sont au cœur des discussions. En effet, la culture étrangère est présente dans la vie quotidienne des Chinois, y compris les vêtements, la nourriture, l'habitation et les transports, mais l'influence de la culture chinoise à l'étranger reste toutefois limitée.

2.2.1. Les Instituts Confucius : entre controverses politiques et défis culturels

Les défis que rencontrent les IC à l'étranger sont multiples et complexes, englobant des questions de liberté académique, de transparence, et de gestion culturelle. D'une part, le statut même des IC a été au cœur de controverses significatives. Selon certains universitaires et commentateurs, ces instituts seraient utilisés par le gouvernement chinois comme des outils d'influence politique, permettant de contrôler les discours sur la Chine dans les pays hôtes (Sahlins, 2015 : 9). Cette perception a été renforcée par des préoccupations relatives à la transparence et à la liberté académique, conduisant certains établissements à reconsidérer leur collaboration avec les IC (Hartig, 2012 : 57).

D'autre part, la rapide expansion des IC a également engendré des défis considérables en termes de réputation internationale. Les différences idéologiques ont donné lieu à des malentendus et des incompréhensions persistantes depuis la création du premier IC. La vitesse d'implantation s'est ralentie et le nombre des IC a diminué, en partie à cause des mouvements de contestation et de fermeture dans divers pays, y compris les États-Unis, la Belgique, la Suède et la Norvège. En France, par exemple, une manifestation a eu lieu le 18 mars 2021 à Strasbourg⁴⁰, appelant à la fermeture des IC.

Ces défis proviennent à la fois des contraintes internes au développement des IC et des répercussions négatives des chocs culturels, ainsi que de la résistance de certains pays occidentaux à l'égard de l'ascension de la Chine sur la scène internationale (Li, Liu, 2017 : 148). Il est donc impératif pour les IC de naviguer habilement dans ce paysage complexe, en mettant l'accent sur une gestion culturelle efficace qui englobe non seulement l'enseignement de la langue chinoise mais aussi l'organisation d'activités culturelles respectueuses des diversités et des sensibilités locales. Il s'agit d'un exercice d'équilibre délicat, nécessitant une

⁴⁰ Louise Chappe. *Manifestation contre l'implantation de l'entreprise Huawei à Brumath et les Instituts Confucius jeudi* [en ligne]. Rue89 Strasbourg. Publié le 16 mars 2021 [consulté le 10 décembre 2021]. Disponible sur <https://www.rue89strasbourg.com/manifestation-contre-limplantation-de-lentreprise-huawei-a-brumath-et-les-instituts-confucius-jeudi-202772>.

approche nuancée et réfléchie pour favoriser un échange culturel authentique tout en préservant les libertés académiques fondamentales.

2.2.2. Les solutions et les adaptations face aux défis

Malgré les controverses injustifiées qu'ils ont suscitées dans certains pays, les IC continuent de promouvoir le dialogue interculturel et le renforcement des liens entre la Chine et les pays hôtes. D'après Huaijin Nan, un érudit chinois, les personnes ayant un niveau de culture spirituelle élevé sont capables de faire face aux moments difficiles de la vie parce qu'ils peuvent transformer leur environnement avec leur cœur⁴¹. Les IC, en tant qu'institutions promouvant la culture chinoise et une communauté d'un destin commun pour l'humanité, trouvent également une voie de sortie. En effet, Xu Lin, ancienne directrice de l'Office national chinois pour l'enseignement du chinois langue étrangère⁴², a reconnu que le développement rapide des IC impliquait des défis et des problèmes à résoudre. Cependant, elle a souligné la nécessité de faire preuve de résilience et d'adaptabilité face aux critiques. Selon elle, c'est en se développant que les IC pourraient améliorer leur fonctionnement et leur image. Dans cette perspective optimiste, les IC ont entrepris plusieurs réformes pour répondre aux attentes de leurs partenaires et de leurs publics⁴³.

L'une de ces réformes majeures initiées par les IC pour se détacher de l'image négative liée au gouvernement chinois et répondre aux critiques récurrentes concerne la création, en 2020, d'une fondation de droit privé pour remplacer le *Hanban*. Cette entité, reconnue d'utilité publique et indépendante du gouvernement chinois, a pris le nom de *Chinese International Education Foundation* (CIEF). Elle regroupe des universités, des entreprises et des associations de divers domaines qui apportent leur soutien intellectuel, moral et technique au réseau des IC, tout en œuvrant à collecter des fonds auprès d'un large éventail de sources dans la société pour soutenir les IC à travers le monde. Cette refondation, marquant un tournant majeur dans la gestion des IC, vise à leur donner un nouveau souffle sans changer leurs principes fondamentaux, et à accroître leurs possibilités d'action. Toutefois, il est à noter que ces modifications substantielles et le nouveau statut des IC demeurent largement méconnus du grand public, ce qui entraîne la persistance d'une perception figée de leur relation avec le gouvernement chinois.

⁴¹ Article concernant les déclarations de Nan Huaijin. Publié le 21 avril 2023 [consulté le 22 avril 2023]. Disponible sur : https://mp.weixin.qq.com/s/m6_wAXbGhajJQoR1atAKmg.

⁴² Nom officiel de Hanban : l'ancien organe administratif des IC en Chine.

⁴³ Entretien avec Xu Lin. Publié le 05 décembre 2007 [consulté le 22 avril 2023]. Disponible sur : <http://www.chinaqw.com/hwjy/hjxw/200712/05/97817.shtml>.

Un autre fait marquant est le rythme ralenti d'ouverture des nouveaux IC. En effet, les IC entrent dans une phase de développement qualitatif. C'est-à-dire, la qualité de la communication est un critère plus évalué que celui de la quantité. En outre, les IC sont conscients de leurs propres limites, et acceptent de recevoir des retours et des critiques constructives. Ils sont également capables de remettre en cause leurs propres moyens de communication et d'adopter une meilleure stratégie.

Le dilemme inévitable pour les IC réside donc dans la tension entre leur rôle en tant qu'acteur renforçant le *soft power* chinois et les problèmes auxquels ils sont confrontés, telles que les critiques concernant leur influence politique et les défis en matière de transparence et de liberté académique. Pour continuer à jouer un rôle positif dans la communication interculturelle et le renforcement des liens entre la Chine et le monde, les IC devront aborder ces questions et s'efforcer d'être perçus comme des acteurs culturels et éducatifs indépendants et impartiaux.

En somme, l'expression « traverser la rivière en tâtant les pierres⁴⁴ » décrit parfaitement le développement des IC. Cette métaphore illustre la nécessité d'avancer prudemment, d'apprendre par l'expérience et de s'adapter en permanence à de nouvelles réalités. Il est indéniable que les IC ont connu une expansion considérable depuis leur création. Cependant, malgré cette expansion rapide, de nombreux sujets restent à explorer et à réfléchir pour les IC. Par exemple, la gestion de la diversité culturelle, l'adaptation de l'enseignement à divers contextes locaux et l'articulation entre la promotion de la culture chinoise et le respect des cultures locales sont autant de défis que les IC doivent relever. De plus, les IC doivent faire face à des défis externes, tels que les critiques sur son rôle en tant qu'outil d'influence du PCC. Il est donc important pour les IC de continuer à « tâter les pierres » tout en traversant la « rivière », c'est-à-dire de continuer à apprendre, à s'adapter et à innover face aux nouveaux défis et opportunités qu'ils rencontrent sur leur chemin.

2.2.3. Les défis des Instituts Confucius en France

Outre les défis universellement rencontrés par les IC à travers le monde, ceux situés en France font face à des obstacles spécifiques dans leur mission de promouvoir la culture chinoise. Le

⁴⁴ Yanwei Wang. *Les Instituts Confucius : Exploration et pratique de la gouvernance culturelle mondiale* [En ligne]. Confucius Institute Global Academic Information Database. Publié le 06 août 2019 [consulté le premier octobre 2023]. Disponible sur : <http://www.ccis.sdu.edu.cn/info/1009/3069.htm>.

premier obstacle réside dans la perception et l'acceptation de leurs missions au sein de la société française. Une partie non négligeable de l'opinion publique, influencée par certains médias nationaux comme le Figaro⁴⁵, les Échos⁴⁶, l'Express⁴⁷, voit en ces instituts non pas des vecteurs de communication culturelle, mais des instruments de propagande au service du gouvernement chinois. Cette méfiance s'est traduite par des mouvements appelant à la fermeture des IC sur le territoire français, alimentés par des accusations graves, qualifiant ces instituts de « centres de propagande » ou de « nids d'espions » sous le contrôle direct de Pékin. Dans ce contexte, il est impératif pour les IC de travailler à la construction d'une image positive et rassurante, en mettant en avant leur vocation éducative et culturelle.

Deuxièmement, la mission première des IC est d'assurer l'enseignement de chinois et la communication de la culture chinoise en France. Ils sont chargés de dispenser des cours de chinois, de soutenir les initiatives locales d'enseignement, de délivrer les diplômes de langue HSK (*Hanyu Shuiping Kaoshi* : test de compétence en chinois), et de promouvoir la richesse culturelle chinoise. Toutefois, la réussite de ces initiatives est intrinsèquement liée à l'intérêt et à l'acceptation du public français. La pandémie de Covid-19 a également entravé leurs actions, avec par exemple l'annulation des sessions annuelles au sein de l'ICCA. Dans ce cadre, il est essentiel de réinventer leurs méthodes de communication culturelle, en s'adaptant aux contraintes actuelles et en cherchant à toucher un public plus large et diversifié.

Troisièmement, les relations politiques entre la Chine et la France ont une répercussion directe sur le fonctionnement et l'acceptation des IC en France. Les tensions récentes, notamment autour des mouvements pro-démocratie à Hong Kong, ont suscité des interrogations sur les intentions réelles de la Chine, et par ricochet, sur les objectifs des IC. Il est donc important pour ces instituts de maintenir une neutralité politique affirmée et de se concentrer sur leur mission première : la valorisation de la langue et de la culture chinoises, en évitant toute ingérence dans les débats politiques actuels.

⁴⁵ Rozenn Morgat. *À Arras, la discrète emprise chinoise sur la vie universitaire* [En ligne]. Le Figaro. Publié le 03 novembre 2021, mis à jour le 04 novembre 2021 [consulté le 15 septembre 2023]. Disponible sur : <https://www.lefigaro.fr/actualite-france/l-institut-confucius-en-operation-seduction-a-l-universite-d-artois-20211103>.

⁴⁶ Nathalie Silbert. *Soft power à la chinoise* [En ligne]. Les Échos. Publié le 10 septembre 2019 [consulté le 15 septembre 2023]. Disponible sur : <https://www.lesechos.fr/monde/chine/soft-power-a-la-chinoise-1130247>.

⁴⁷ David Pauget. *Le rôle trouble des instituts Confucius, accusés d'être des « outils de propagande » chinois* [En ligne]. L'Express. Publié le 14 août 2020 [consulté le 15 septembre 2023]. Disponible sur : https://www.lexpress.fr/monde/amerique/le-role-trouble-des-instituts-confucius-accuses-d-etre-des-outils-de-propagande-chinois_2132907.html.

Face à ces défis, les IC en France doivent redoubler d'efforts pour préserver et renforcer leur image en tant qu'entités dédiées à la valorisation du patrimoine chinois. Cela passe par une transparence accrue sur leurs activités et une collaboration étroite avec les institutions françaises, afin de démontrer leur engagement en faveur de l'échange culturel et du respect mutuel entre les deux nations.

Conclusion du chapitre 2

Au terme de ce chapitre, nous avons minutieusement exploré les défis et les opportunités que rencontrent les IC dans leur quête pour renforcer le *soft power* chinois. Nous avons d'abord mis en lumière le rôle important que jouent les IC dans la mise en avant du *soft power* culturel de la Chine, tout en contribuant significativement à l'évolution de la diplomatie publique, notamment au travers de l'adoption de stratégies modernes telles que la nouvelle diplomatie publique et la diplomatie numérique. Par la suite, nous avons discuté des principaux obstacles auxquels ces instituts sont confrontés, naviguant entre controverses politiques et défis culturels. Nous avons abordé les solutions envisagées et les adaptations mises en place pour faire face à ces défis, en mettant un accent particulier sur les IC en France, un terrain fertile pour examiner les dynamiques complexes à l'œuvre dans l'interaction entre les IC et la société française.

En conclusion, ce chapitre met en relief la complexité des dilemmes auxquels les IC doivent faire face, en mettant un accent particulier sur les défis spécifiques rencontrés en France. Il ressort clairement que ces instituts se trouvent à un carrefour, où ils doivent naviguer habilement entre la promotion du *soft power* chinois et la gestion des défis organisationnels et culturels qui se présentent à eux. Ainsi, une compréhension nuancée de ces dilemmes, couplée à une recherche assidue de solutions adaptées, sera importante pour renforcer le rôle des IC dans la communication de la culture et des valeurs chinoises à l'échelle mondiale. Cela nécessitera une approche localisée qui non seulement valorise et promeut la richesse de la culture chinoise, mais qui tient également compte des spécificités et des besoins des communautés d'accueil, garantissant ainsi une intégration réussie et mutuellement bénéfique dans les différents pays d'accueil.



**CHAPITRE 3 : LA DYNAMIQUE CULTURELLE ET COMMUNICATIONNELLE
DES INSTITUTS CONFUCIUS EN FRANCE**



Introduction du chapitre 3

Premièrement développés à Poitiers en 2005 et rapidement sur tout le territoire métropolitain, les dix-sept IC en France sont un acteur majeur pour valoriser le patrimoine chinois. Il s'agit d'une nouvelle force de communication par rapport aux autres institutions culturelles diffusant également la culture chinoise en France, telles que l'association des Amitiés Franco-Chinoises de Lyon⁴⁸ et l'association Chine Rencontres⁴⁹ à Nice. La création des IC vise principalement à communiquer et promouvoir la langue et la culture chinoises en France. Ces instituts organisent des actions pédagogiques et des activités culturelles, s'inspirant de valeurs universelles. Parmi ces valeurs, ils mettent en avant les enseignements de Confucius, qui prônent le droit à l'éducation pour tous⁵⁰.

Dans ce chapitre, nous aborderons les caractéristiques des IC en France, en mettant l'accent sur leur rôle dans la promotion de la culture chinoise et leur impact sur les relations sino-françaises. Pour cela, nous avons divisé ce chapitre en deux sections principales. La section 3.1 retrace l'échange séculaire entre la Chine et la France, en examinant les événements culturels contemporains et le nouvel essor de la culture chinoise en France, tout en analysant les opportunités et les risques qui en découlent. Nous verrons comment les deux pays ont réussi à tisser des liens solides et à mettre en place des coopérations culturelles enrichissantes, tout en tenant compte des défis liés à cet échange. La section 3.2 se concentrera spécifiquement sur les IC en France, en étudiant leur réseau d'implantation, leurs objectifs et leurs missions, ainsi que leur fonctionnement. Nous explorerons comment ces institutions ont réussi à s'implanter et à se développer en France, en promouvant la langue et la culture chinoises. Nous aborderons également les enjeux liés à leur mission et aux défis qu'ils doivent surmonter pour renforcer leur impact et leur rôle dans la société française.

Dans ce chapitre, nous souhaitons fournir une compréhension approfondie des IC en France et de leur rôle dans la valorisation du patrimoine chinois, en mettant en lumière les enjeux et les

⁴⁸ Association des Amitiés Franco-Chinoises de Lyon. Consulté le 24 avril 2023. Disponible sur : <https://www.lyon.fr/association/jumelages-echanges-linguistiques/association-des-amities-franco-chinoises-de-lyon>.

⁴⁹ Page Facebook de l'association Chine Rencontre. Consulté le 24 avril 2023. Disponible sur : <https://www.facebook.com/profile.php?id=100072388507421>.

⁵⁰ Confucius, fondateur du confucianisme, est un éminent philosophe chinois qui a vécu durant la période des Printemps et Automnes (770-476 av. J.-C.), une époque caractérisée par d'intenses bouleversements sociaux et politiques. Il a consacré sa vie à la promotion de la moralité, de l'éthique et de l'harmonie dans les relations humaines.

défis auxquels ils sont confrontés dans leur mission de renforcer les liens culturels et éducatifs entre la Chine et la France.

3.1. Une histoire de la culture chinoise en France

La distance entre deux aires culturelles ne constitue pas un obstacle à la communication interculturelle. En effet, que ces zones soient proches ou éloignées, une mystérieuse « vague culturelle » permet leur interaction (Graebner, 1911). Malgré la distance géographique, de nombreux échanges significatifs ont eu lieu entre la Chine et la France, notamment dans les sphères diplomatiques, économiques et culturelles. Ces deux nations, riches d'une longue histoire et d'une civilisation éclatante, ont vu ces échanges s'enraciner profondément dans leurs cultures respectives, orientale et occidentale.

Dans l'actuel contexte complexe et incertain, il est important de renforcer la coopération et le dialogue entre la Chine et la France. Les échanges sino-français ont commencé avec les missions diplomatiques et se sont poursuivis *via* les missions jésuites au XVII^e siècle, qui ont contribué à faire connaître la culture et la science chinoises en Europe. Au fil des siècles, les deux pays ont connu des moments de rapprochement et de tension. Néanmoins, ils ont toujours su maintenir un respect mutuel et une curiosité réciproque. Aujourd'hui, la Chine et la France sont des partenaires stratégiques partageant de nombreux intérêts communs sur les grands enjeux mondiaux, tels que le changement climatique, la lutte contre le terrorisme, le développement durable ou la gouvernance mondiale. Ils ont également des échanges économiques, scientifiques, éducatifs et culturels dynamiques et diversifiés.

3.1.1. Un échange sino-français séculaire

Des exemples emblématiques de l'influence réciproque de la culture chinoise et française se retrouvent à diverses époques de l'histoire chinoise, débutant dès la dynastie *Tang* (618-907 après J.-C.). L'intensification de la mondialisation économique a encore renforcé cette influence réciproque. Ainsi, la culture chinoise fleurit-elle à travers la France, tandis que la culture française inspire de nouvelles tendances en Chine.

a. Les premiers contacts et la Route de la soie (XIII^e-XVIII^e siècles)

Les échanges sino-français dans les domaines politiques, économiques et culturels ont une longue histoire. Un article sur « l'Année de la Culture entre la Chine et la France » (Bai, 2005) propose un bilan sur l'histoire des échanges culturels entre les deux pays. Le milieu du XIII^e siècle, époque où des missions diplomatiques pontificales et royales eurent lieu dans l'empire mongol⁵¹ marque le début d'échanges entre la Chine et la France. Cependant, les relations culturelles formelles entre la Chine et la France remontent au XVIII^e siècle, lorsque les Français ont commencé à s'intéresser à la culture chinoise et ont commencé à importer des produits artisanaux chinois grâce à la Route de la soie. Cet intérêt est dû à l'introduction de la culture chinoise par des missionnaires jésuites européens. En effet, l'arrivée de missionnaires jésuites français en Chine au XVII^e siècle, comme Nicolas Trigault connu pour sa participation à l'évangélisation de la Chine après la mission fondatrice de Matteo Ricci⁵², a facilité le rapprochement entre les deux nations. Ces missionnaires ont joué un rôle important dans le dialogue entre les deux cultures. Ils ont introduit en Chine les connaissances occidentales en matière de mathématiques, d'astronomie, de géographie et de médecine, tout en faisant connaître à la France l'histoire et la culture de la Chine, ce qui a entraîné une grande « passion chinoise » en France au XVIII^e siècle (Bai, 2005 : 49-50). À cette époque, même les palais du roi de France et les résidences de la noblesse étaient décorés avec des meubles laqués venant de Chine. La Route de la soie a donc été un vecteur de communication et de coopération entre la Chine et la France, qui ont su développer des relations mutuellement bénéfiques malgré les distances et les divergences.

La passion des Français pour la culture chinoise conduisit la France à revendiquer sa première place de tous les pays européens dans le domaine des études chinoises (Starr, 2009 : 74). Cependant, cette passion s'est réduite a posteriori, vers le milieu du XIX^e siècle quand la Chine a été envahie par de nombreux pays, y compris la France.

b. L'évolution des échanges culturels (XIX^e siècles)

Le XVIII^e siècle a été une période de prospérité pour les échanges commerciaux et culturels entre la Chine et la France. La Compagnie française des Indes orientales a joué un rôle central

⁵¹ Bastid-Bruguière, *M. la France et la Chine : itinéraire d'une rencontre* (partie 1) [en ligne]. BNF. Consulté le 03 décembre 2021. Disponible sur : <https://heritage.bnf.fr/france-chine/fr/editorial>.

⁵² Conférence sur *La France en Chine du XVII^e à la fin de l'Empire* par Xiaomin Giafferri. Assisté le 21 novembre 2022.

dans le commerce des produits de luxe, tels que la soie, la porcelaine et le thé. Les Lumières français ont également influencé la pensée chinoise au travers des traductions et des échanges intellectuels. « C'est en France qu'a été créée la première chaire universitaire d'études chinoises au monde, avec la nomination de Jean-Pierre Abel-Rémusat au Collège de France en 1813 » (Barrett, 1989, cité par Starr, 2009 : 74).

Cependant, le XIX^e siècle a été marqué par des tensions géopolitiques et des conflits, telles que les guerres de l'opium et la période des « traités inégaux », qui ont eu un impact négatif sur les relations bilatérales. À ce moment-là, l'impact culturel de la France en Chine était moins sensible qu'aux périodes antérieures, alors que celui de la Chine en France a été essentiellement diminué, indépendamment de la venue d'un plus grand nombre de Chinois sur le sol français⁵³.

Depuis 1964, année où la Chine sous la présidence du Président Mao et la France sous la présidence du Général de Gaulle ont établi des relations diplomatiques, les échanges économiques et culturels entre les deux nations se sont « réchauffés » au fil des ans, en dépit de certaines tensions politiques et idéologiques.

c. La normalisation des relations et le partenariat stratégique (XX^e-XXI^e siècles)

Le XX^e siècle a été marqué par une normalisation progressive des relations entre la Chine et la France, en particulier après l'établissement de relations diplomatiques officielles en 1964. Les décennies suivantes ont été témoin d'une coopération croissante dans des domaines telles que l'éducation, la culture, la science et la technologie, ainsi que la recherche. Aujourd'hui, la Chine et la France entretiennent un partenariat global et stratégique, avec un accent particulier sur l'économie, l'innovation, le développement durable et la lutte contre le changement climatique. Les échanges culturels entre les deux pays restent dynamiques, contribuant à la compréhension mutuelle et au renforcement des relations bilatérales.

Avec la proposition de la « Nouvelle Route de la soie » par le président chinois Xi Jinping, les relations entre la Chine et la France connaissent une nouvelle phase de développement. Cette initiative vise à créer un réseau mondial de routes commerciales, de corridors, d'infrastructures et de projets d'investissement qui relient l'Asie, l'Europe et l'Afrique. La

⁵³ Bastid-Bruguière, *M. la Chine et la France : itinéraire d'une rencontre (partie 3)* [en ligne]. BNF. Consulté le 03 décembre 2021. Disponible sur : <https://heritage.bnf.fr/france-chine/fr/editorial>.

Chine et la France ont signé plusieurs accords bilatéraux pour renforcer leur coopération dans le cadre de cette initiative, notamment dans les domaines de l'énergie, des transports et du développement urbain. Les échanges culturels se poursuivent également, avec des programmes d'échanges universitaires, des expositions artistiques et des collaborations cinématographiques. Cette nouvelle phase ouvre la voie à un avenir plus coopératif et interconnecté, fondé sur le respect mutuel et des avantages économiques partagés.

En terme de politique, malgré des relations tendues en raison de divergences sur des questions telles que Hong Kong, la mer méridionale de Chine et les droits de l'Homme, en particulier à l'égard de la minorité musulmanes ouïgoure au Xinjiang, la Chine et la France ont eu des développements positifs. Nous pouvons citer les visites du président français Emmanuel Macron en Chine en 2018, 2019 et 2023⁵⁴, ainsi que la visite du président chinois Xi Jinping en France en 2019⁵⁵, avec une autre visite prévue en 2024⁵⁶. Au fil de ces interactions, les deux nations ont échangé sur des sujets tels que la culture et la protection de l'environnement, et ont signé des accords commerciaux visant à renforcer la coopération franco-chinoise dans divers domaines.

Les relations entre la Chine et la France ont connu des fluctuations, notamment en raison de l'alternance politique en France, oscillant entre des moments d'intense coopération et des périodes de désaccords. Cependant, le lien franco-chinois demeure important pour les deux pays, qui ont toujours cherché à maintenir le dialogue et la coopération. Cette relation a connu une tendance générale à l'approfondissement et à l'élargissement au fil des années. Par exemple, l'Accord de Paris sur le changement climatique, adopté en 2015, a joué un rôle significatif dans le renforcement des relations franco-chinoises. En effet, la Chine et la France ont été au premier plan des négociations menant à cet accord historique et ont continué de collaborer pour faire avancer la lutte contre le changement climatique.

⁵⁴ Ministère des Affaires étrangères de la République populaire de Chine [En ligne]. Consulté le 14 novembre 2023. Disponible sur : <https://www.fmprc.gov.cn/fra/>.

⁵⁵ Elysée [En ligne]. Consulté le 1er mars 2023. Disponible sur : <https://www.elysee.fr/emmanuel-macron/visite-detat-en-chine>.

⁵⁶ RFI [En ligne]. Publié le 7 avril 2023 [consulté le 14 novembre 2023]. Disponible sur : <https://www.rfi.fr/cn/%E4%B8%AD%E5%9B%BD/20230407-%E6%B3%95%E5%AA%92-%E4%B9%A0%E8%BF%91%E5%B9%B3%E6%8E%A5%E5%8F%972024%E5%B9%B4%E8%AE%BF%E6%B3%95%E9%82%80%E8%AF%B7>.

3.1.2. Des événements culturels contemporains

Le réchauffement politique entre les deux pays, amorcé dès les années 1990, a culminé avec une augmentation significative des échanges culturels autour de l'année 2000. Cela a été marqué par des événements tels qu'une « Semaine de la Culture » organisée par la Chine en France en 1991, suivie d'une « Saison de la Culture » s'étalant de l'automne 2000 au printemps 2001. Au début du XXI^e siècle, les échanges ont été marqués par un grand événement autour de « l'Année de la Chine » en France en 2004 et de « l'Année de la France » en Chine en 2005 (Bai, 2005 : 50). Cet événement a été un des sommets dans l'histoire des échanges entre la Chine et la France.

Ces deux dernières décennies ont témoigné d'échanges culturels intensifiés entre la Chine et la France, grâce à la volonté politique des deux gouvernements et à l'engagement des acteurs culturels des deux pays. De nombreux événements culturels ont été organisés dans les domaines de la littérature, du cinéma, de la musique, du théâtre, des arts visuels, du patrimoine, de l'éducation ou encore du tourisme. Ces événements ont permis aux publics chinois et français de découvrir et d'apprécier la richesse et la diversité de la culture de l'autre pays. Ils ont également favorisé les échanges professionnels, les coopérations artistiques et les partenariats institutionnels entre les acteurs culturels des deux pays. Par exemple, le Forum culturel sino-français est une plate-forme importante, établie en 2004 pour renforcer les échanges culturels entre la Chine et la France. Il a été créé lors de la visite d'État en France du président chinois Hu Jintao⁵⁷. Depuis, il se tient tous les deux ans, alternativement en France et en Chine. Ce forum permet de rassembler des personnalités du monde de la culture, des médias, de l'éducation, des affaires et de la politique afin de discuter de questions culturelles et de coopérations économiques et commerciales entre la Chine et la France. Au fil des années, le Forum culturel sino-français est devenu un événement majeur dans les relations sino-françaises. Il a permis de nombreuses collaborations culturelles entre les deux pays.

En plus de ces forums, des Alliances Françaises s'installent en Chine et des IC sont créés en France. Le premier IC en France s'installe à l'université de Poitiers en 2005 et a pour mission de faire mieux connaître aux Français la langue et la culture chinoises, de promouvoir les échanges d'étudiants entre les deux pays et d'organiser le test de langue HSK, l'équivalent du

⁵⁷ *Elysée* [en ligne]. Consulté le 1er mars 2023. Disponible sur : <https://www.elysee.fr/jacques-chirac/2004/01/27/conference-de-presse-conjointe-de-mm-jacques-chirac-president-de-la-republique-et-hu-jintao-president-de-la-republique-populaire-de-chine-sur-la-cooperation-entre-la-france-et-la-chine-et-les-echanges-commerciaux-franco-chinois-lorganisation-dun-r>.

test TCF (le test de connaissance du français) pour la langue chinoise. Ce premier IC en France est né d'un partenariat entre l'université de Poitiers, l'université de Nanchang et l'entreprise de télécommunication chinoise Zhong Xin. Le public visé concerne non seulement les étudiants de l'université de Poitiers, des salariés dans le cadre de la formation continue mais aussi les personnels techniques des clients européens et africains de Zhong Xin. Depuis 2005, la France voit la naissance successive des 16 autres IC qui s'adaptent tous à la législation française mais qui peuvent être rattachés à une université ou relever d'un statut d'association Loi 1901. Ces IC sont censés répondre aux intérêts linguistiques et culturels des Français en fournissant des cours de chinois et en organisant des activités culturelles à travers le pays.

3.1.3. Un nouvel essor de la culture chinoise en France : entre opportunités et risques

Les IC en France ont à la fois des réussites et des échecs, et font face à des opportunités et des défis (Cui, Yu, 2019 : 112). La culture chinoise connaît actuellement un nouvel essor en France, avec une augmentation significative de l'intérêt pour la culture chinoise traditionnelle telles que la langue, la cuisine, les arts et l'artisanat, ainsi que la médecine traditionnelle chinoise. Cet intérêt croissant est lié à la montée en puissance de la Chine sur la scène mondiale, à l'augmentation du nombre de touristes et d'étudiants chinois en France et bien sûr à la longue histoire de la Chine.

En plus de la culture traditionnelle, la culture contemporaine chinoise attire également l'attention des Français. Par exemple, dans le secteur de l'art contemporain, des expositions ont été lancées par des musées français pour reconnaître et valoriser ce nouveau patrimoine culturel chinois (Lescourret, 2012 : 147). La richesse de la culture chinoise, qui s'étend de la tradition à l'art contemporain, combinée à un environnement favorable dû à la solidité des relations diplomatiques entre les deux pays, crée un terrain propice à la communication de cette culture en France. Nous voyons donc que la communication de la culture chinoise en France ne se reflète pas seulement dans la visibilité accrue d'importants festivals chinois en France, mais aussi dans le soutien total de certaines agences gouvernementales locales françaises pour la promotion de la culture chinoise.

Cependant, ce nouvel essor de la culture chinoise en France présente également des risques potentiels, tels que la propagation de stéréotypes culturels, le risque de voir la culture chinoise être exploitée à des fins commerciales et politiques, ainsi que des préoccupations concernant

la liberté académique dans les établissements d'enseignement supérieur en France. En plus de ces risques qui se sont déjà manifestés, il y a également des risques d'empêcher la communication de la culture chinoise en France.

Tout d'abord, certaines valeurs chinoises peuvent entrer en contradiction avec les valeurs culturelles françaises, et vice versa. Comme déjà évoqué précédemment, dans le domaine des styles de communication les cultures chinoises peuvent être plus indirectes dans leur communication tandis que les cultures françaises peuvent être plus directes (Hall, 1976 : 105). Ces différences peuvent causer des malentendus et il est important d'être conscient des différences culturelles dans les formes et intentions de communication pour éviter les malentendus et favoriser une communication plus efficace. Les croyances spirituelles et religieuses constituent un autre domaine où les différences entre les cultures chinoises et françaises peuvent être observées. La Chine possède une riche tradition de croyances et de pratiques spirituelles, notamment le confucianisme, le taoïsme et le bouddhisme. En France, la culture est largement influencée par le christianisme, et plus particulièrement par le catholicisme, bien que la laïcité et la séparation de l'Église et de l'État soient des principes fondamentaux du pays. La prise de conscience de ces contradictions est importante pour mieux comprendre et gérer les effets qui en découlent dans les échanges culturels entre les deux pays.

Ensuite, la dynamique des changements contextuels, tant internes qu'externes, peut également affecter la manière dont la culture chinoise est perçue et communiquée en France. Comme le souligne Richard Soparnot(2013 : 39), il existe diverses stratégies de changement (hiérarchique, développement organisationnel, politique, historique et symbolique) qui peuvent influencer la façon dont les individus interagissent avec la culture chinoise. Par exemple, une stratégie de développement organisationnel qui met l'accent sur la collaboration et le travail d'équipe peut encourager les Français à développer une vision plus positive et inclusive de la culture chinoise. En revanche, une stratégie hiérarchique qui privilégie un style de management autoritaire pourrait renforcer les stéréotypes négatifs associés à la culture chinoise.

Enfin, les réseaux d'influence chinois peuvent parfois être perçus comme maladroits ou contre-productifs dans leur communication de la culture chinoise en France. Cela peut être dû à des différences culturelles dans les styles de communication ou à des malentendus. Dans ces

cas, il est important de déconstruire les éléments de langage qui peuvent être mal interprétés et de rappeler des faits concrets pour convaincre la population de l'importance d'une communication ouverte et respectueuse entre les cultures. Cela peut aider à surmonter les barrières culturelles et à favoriser une meilleure compréhension et une communication plus efficace entre les cultures chinoise et française.

Malgré ces risques de malentendus et de différences culturelles, la Chine et la France partagent une perspective positive pour les échanges culturels. Les deux pays ont une longue histoire de relations diplomatiques et d'amitié entre leurs peuples. La déclaration conjointe entre la République française et la République populaire de Chine à l'approche du 60^e anniversaire de l'établissement des relations diplomatiques entre les deux pays en est un exemple⁵⁸. Cette déclaration marque un nouvel essor, offrant de nombreuses opportunités d'échanges culturels entre les deux pays, favorisant la compréhension mutuelle, la coopération et le développement des relations franco-chinoises. Ces échanges peuvent conduire à un rapprochement entre les peuples et créer un environnement favorable pour la valorisation de la culture française en Chine et de la culture chinoise en France.

Ces échanges culturels entre la Chine et la France sont porteurs d'un grand potentiel pour l'avenir. Ils peuvent contribuer à renforcer les relations bilatérales entre les deux pays, à approfondir la compréhension mutuelle entre les peuples et à promouvoir le dialogue des civilisations. Ils peuvent également stimuler l'innovation culturelle, le développement économique et social et le rayonnement international des deux pays. La Chine et la France sont conscientes de l'importance stratégique des échanges culturels pour leur partenariat global stratégique. Elles s'engagent à poursuivre et à développer leur coopération dans ce domaine, dans le respect mutuel et l'intérêt commun.

Nous voyons qu'il y a une continuité dans les échanges sino-français depuis les temps anciens malgré des périodes de conflit. Avec la multipolarisation du monde actuel, la concurrence internationale s'intensifie. Face à un monde en rapide mutation, de nombreux pays ajustent leurs objectifs pour tenter de se positionner favorablement. Les États-Unis s'efforcent de maintenir leur statut en tant qu'unique superpuissance mondiale, le Japon et l'Allemagne s'efforcent de se hisser au rang des puissances politiques, et la Chine est fermement engagée

⁵⁸ *Elysée* [en ligne]. Publié le 07 avril 2023. Consulté le 08 avril 2023. Disponible sur : <https://www.elysee.fr/emmanuel-macron/visite-detat-en-chine>.

sur la voie d'un socialisme aux caractéristiques chinoises. Ces conflits politiques entraînent des conflits culturels. Malgré cela, les IC jouent un rôle essentiel dans la promotion de la langue et de la culture chinoises en France, ainsi que dans le renforcement du dialogue interculturel et de la compréhension mutuelle entre les peuples. Ils offrent aux Français l'opportunité d'apprendre le chinois, de découvrir les richesses du patrimoine chinois et de se familiariser avec les réalités contemporaines de la Chine. Ils favorisent également les échanges académiques et les coopérations universitaires entre les deux pays. En somme, les IC contribuent à construire un pont entre les civilisations française et chinoise, dans un esprit d'ouverture, de respect et d'amitié.

3.2. Les Instituts Confucius en France

L'implantation des IC en France s'inscrit dans la continuité de la coopération franco-chinoise existante et répond aux nouveaux besoins locaux. Ces besoins, loin d'être circonscrits à une zone géographique précise, émanent de l'ensemble du territoire français, de Paris aux régions, ce qui explique la présence actuelle des dix-sept IC. Au-delà de cette répartition spatiale, on observe une volonté croissante de la part des Français de mieux connaître la Chine et sa culture, une aspiration qui trouve ses racines dans une longue histoire d'échanges franco-chinois. De ce fait, les IC en France se positionnent comme les symboles d'une « route de la soie » culturelle qui transcende l'espace et le temps. Bien que moins visible que la route de la soie historique et la nouvelle route de la soie moderne, cette voie culturelle n'en est pas moins significative. Selon Siyan Jin, experte en communication interculturelle et directrice de l'IC de l'université d'Artois, « c'est une aventure transculturelle. Tous ceux qui y ont participé pourront être fiers, car ils auront tracé ensemble, Français, Européens et Chinois, cette nouvelle route de la soie⁵⁹ » culturelle.

Avant d'aborder la communication des IC qui transcendent l'espace et le temps, il est essentiel de se pencher sur le fondement : l'implantation des dix-sept IC en France, à travers le temps et l'espace.

⁵⁹ Présentation de l'Institut Confucius de l'Artois par sa directrice. Consulté le 03 août 2022. Disponible sur : <http://institut-confucius.univ-artois.fr/>.

3.2.1. La cartographie des Instituts Confucius en France

Les IC en France ont leurs particularités. D’abord, ils ont une large répartition dans l’hexagone ; deuxièmement, leurs programmes d’activités sont flexibles ; troisièmement, la région d’implantation de chaque IC a une forte coopération avec la Chine soit par une institution provinciale ou une université, soit par une entreprise chinoise. Ceci permet une diversification des activités et un échange d’expériences accru entre les différents IC. La Chine, avec son vaste territoire de 9,597 millions de kilomètres carrés, est un pays riche d’une culture diversifiée. Le fait que chaque IC soit affilié à un partenaire différent favorise la conception d’activités variées et distinctes.

Le réseau d’implantation des IC en France est composé de dix-sept instituts répartis sur tout le territoire français, y compris les outre-mer. Tout comme les IC dans le monde entier (Cui, Yu, 2019 : 112), les IC en France, après une période de développement rapide, sont maintenant entrés dans une période relativement stable.

a. Les dix-sept Instituts Confucius en France

En France, il existe actuellement dix-sept IC dans des villes comme Poitiers, Paris, La Rochelle, Rennes, Strasbourg, Clermont-Ferrand, Arras, Angers, Saint-Denis, Metz, Faa’a, Montpellier, Mont-Saint-Aignan, Nice, Paris, Pau et Orléans⁶⁰. Ces instituts sont généralement associés à des universités ou à d’autres institutions éducatives et culturelles françaises. Ils proposent des cours de langue chinoise, des conférences, des expositions, des spectacles et d’autres activités culturelles pour permettre au public de mieux comprendre et apprécier la culture chinoise.

Le tableau ci-dessous fournit des informations sur chaque IC en France : le nom de chaque IC, son partenaire français, son partenaire chinois, son statut, sa ville d’implantation et sa date de création.

Nom de l’IC	Partenaire français	Partenaire chinois	Statut	Ville d’implantation	Date de création
IC de l’université de Poitiers	Université de Poitiers	Université de Nanchang	Attaché à l’université de Poitiers	Poitiers	07/2005

⁶⁰ Ces villes sont citées dans l’ordre de l’année de création de leurs IC.

IC de l'université Paris Cité	Université de Paris	Université de Wuhan	Attaché à l'université de Paris	Paris	12/2005
IC de La Rochelle	Université de La Rochelle ; Ville de La Rochelle	Université des langues et des cultures de Pékin	Attaché à l'université de Paris	La Rochelle	05/2006
IC de Bretagne	Région de Bretagne Métropole de Rennes	Université de Shandong	Association loi 1901	Rennes	06/2006
IC d'Alsace	Conseil Régional d'Alsace Départements du Bas-Rhin et du Haut-Rhin ; Villes de Colmar, Mulhouse et Strasbourg ; Rectorat de l'Académie de Strasbourg ; Agence Alsace International ; Association Alsace Chine Education	Université Hohai Province du Jiangsu	Association Loi 1901	Strasbourg	01/2007
IC Clermont-Ferrand Auvergne	Ville de Clermont-Ferrand ; Conseil Régional d'Auvergne ; Pôle de Recherche et d'Enseignement Supérieur Clermont-Université	Université des Langues Étrangères de Pékin n°2	Association Loi 1901	Clermont-Ferrand	12/2007
IC de l'université d'Artois	Université d'Artois ; Conseil Régional Hauts-de-France ; Conseil Général du Pas-de-Calais ; Ville et de la communauté urbaine d'Arras	Université de Nankin	Attaché à l'université d'Artois	Arras	02/2008
IC des Pays de la Loire	Région Pays de la Loire ; Ville d'Angers ; Communauté d'agglomération Angers Loire Métropole ; Université d'Angers, Université Catholique de l'Ouest Chambre de Commerce et d'Industrie de Maine-et-Loire	Université de Ludong	Association loi 1901	Angers	04/2009
IC de La Réunion	Université de La Réunion ; Ville de Saint-Denis	Université de Hainan	Attaché à l'université de La Réunion	Saint-Denis	05/2010
IC de l'université de Lorraine	Conseil Régional Grand Est ; Conseil Général de Moselle ; Metz Métropole ; Mairie de Metz ; Chambre de Commerce et d'Industrie	Université de technologie de Wuhan	Attaché à l'université de Lorraine	Metz	05/2011

IC de l'université de la Polynésie française	Université de la Polynésie française ; Ville de Papeete	Université normale du Zhejiang	Attaché à l'université de la Polynésie française	Faa'a	01/2013
IC de Montpellier	Ville de Montpellier ; Rectorat ; Université de Montpellier (ex UM1 et UM2) ; Université Paul Valéry	Université des Sciences et Technologies de Chine à Chengdu	Attaché à l'université de Montpellier	Montpellier	04/2013
IC de l'École de commerce NEOMA	Métropole Rouen Normandie ; Neoma Business School	Université de Nankai	Attaché à Neoma Business School	Mont-Saint-Aignan	10/2013
IC Côte d'Azur	Ville de Nice ; Université Nice Sophia Antipolis (devenue Université Côte d'Azur en 2019)	Université de Tianjin	Association loi 1901	Nice	12/2016
European Business Confucius Institute at ESCP	ESCP Business School	Université des études étrangères de Pékin	Association loi 1901	Paris	05/2019
IC Pau Pyrénées	Communauté d'Agglomération Pau Béarn Pyrénées ; Université de Pau et des Pays de l'Adour ; Ville de Pau ; Académie de Bordeaux Conseil Départemental des Pyrénées-Atlantiques ; Chambre de Commerce et d'Industrie Pau Béarn ; Université du Temps Libre d'Aquitaine-Pau ; Ecole supérieure d'Art et de Design des Pyrénées	Université des Etudes internationales de Xi'an	Association Loi 1901	Pau	06/2019
IC de l'université d'Orléans	Université d'Orléans	Université Centre-Sud, Changsha (province du Hunan)	Attaché à l'université d'Orléans	Orléans	07/2019

Tableau 3.1 : Les informations sur les Instituts Confucius en France
(Créé le 23 avril 2023 par Xue Han)

Il est important de noter ici qu'au cours des dernières années, certaines universités françaises ont choisi de fermer ou de ne pas renouveler leur partenariat avec les IC. Plusieurs raisons peuvent expliquer cette tendance, notamment les problèmes internes en lien avec la communication insuffisante entre les partenaires chinois et français ainsi que les controverses externes : les préoccupations concernant l'influence politique de la Chine (chapitre 2 : 67), les questions de transparence (chapitre 9 : 219) et la liberté académique (chapitre 9 : 235).

En général, les dix-sept IC en France ont favorisé la communication de la culture chinoise au travers d'activités culturelles riches et variées. Pour les Français, c'est un lieu important d'apprentissage de la culture chinoise et de découverte de la Chine.

b. Les caractéristiques de leur implantation

La figure ci-dessous montre l'évolution du nombre des IC en France depuis leur introduction dans le pays en 2005 jusqu'à l'année en cours, 2023 : dans le temps.

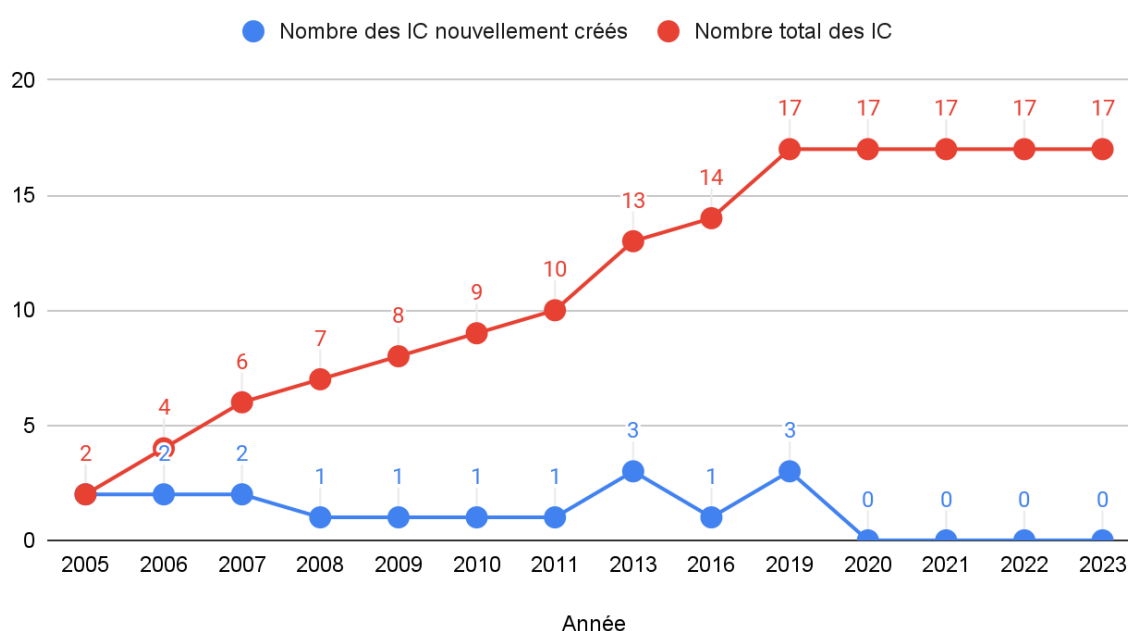


Figure 3.1 : L'implantation des Instituts Confucius en France
(Créée le 23 avril 2023 par Xue Han)

Les données de la figure illustrent une croissance soutenue des IC dans les premières années, atteignant un total de 10 instituts en 2011. Cette expansion initiale a été suivie d'une accélération notable en 2013, avec l'ouverture de trois nouveaux établissements, portant le total à 13. Cependant, à partir de 2016, nous remarquons un ralentissement significatif de cette expansion, une tendance qui coïncide avec une période où les IC ont été confrontés à des controverses et des défis accrus, tant au niveau national qu'international. Cette année, l'ICCA a été établi, étant l'un des derniers à être fondé avant une nouvelle vague d'expansions en 2019, où trois autres IC ont vu le jour. Néanmoins, le nombre total des IC dans le pays n'a que légèrement évolué, s'établissant à 17 en 2023. Cette stagnation s'explique en partie par la

fermeture de certains instituts, une décision prise à la suite d'une gestion jugée insatisfaisante, limitant ainsi l'augmentation significative du nombre des IC en France.

Depuis 2020, le paysage des IC en France est resté inchangé, signalant une transition vers une phase de développement plus qualitatif que quantitatif. Les IC ont manifesté une prise de conscience accrue de leurs limites et ont montré une ouverture à recevoir des retours et des critiques constructives. Cette approche introspective les a conduits à remettre en cause leurs propres moyens de communication et à envisager des stratégies plus efficaces pour améliorer leur image et leur impact.

Une autre raison plausible de cette cessation d'accroissement du nombre des IC est la série de défis et d'obstacles auxquels ils font face pour se développer en France. Parmi ces défis, on note une méfiance marquée de certains médias vis-à-vis des objectifs et du financement des IC, alimentant ainsi des suspicions autour de leur véritable mission. De plus, ils sont critiqués pour un manque de diversité et d'adaptabilité dans la conception et la mise en œuvre de leurs activités culturelles, ce qui pourrait potentiellement limiter leur attrait et leur impact sur le public français. Par exemple, un article du *Monde*⁶¹ intitulé « Les IC en France, de si discrets relais chinois » traite du rôle et de l'influence des IC en présentant différentes perspectives et exemples de fonctionnement des IC dans diverses villes françaises, comme Pau, Angers, Arras et Rennes. L'article suggère que les IC font partie de la stratégie de *soft power* de la Chine pour étendre son influence et éviter les sujets qui fâchent Pékin.

Sous l'influence des médias, des associations et des personnalités françaises demandent la fermeture des IC en France, en raison des soupçons de propagande et d'espionnage au profit de la Chine. Par exemple, l'association « Initiative Citoyenne » qui défend les droits humains en Chine a organisé deux manifestations contre les IC en France : l'une en octobre 2020 et l'autre en mars 2021 devant l'ICA. Elle accuse les IC d'être des instruments de propagande du régime de Pékin⁶². En plus, le 20 octobre 2022, cette même association avec d'autres

⁶¹ Guibert N. *Les Instituts Confucius en France, de si discrets relais chinois* [en ligne]. Le Monde. Publié le 08 juillet 2021, mis à jour le 08 juillet 2021 [consulté le 12 février 2023]. Disponible sur : https://www.lemonde.fr/international/article/2021/07/08/les-instituts-confucius-en-france-de-si-discrets-relais-chinois_6087437_3210.html.

⁶² Louise Chappe. *Manifestation contre l'implantation de l'entreprise Huawei à Brumath et les Instituts Confucius jeudi* [en ligne]. Rue89 Strasbourg. Publié le 16 mars 2021 [consulté le 10 décembre 2021]. Disponible sur <https://www.rue89strasbourg.com/manifestation-contre-limplantation-de-lentreprise-huawei-a-brumath-et-les-instituts-confucius-jeudi-202772>.

associations ont manifesté devant l'ICUPC⁶³ pour demander sa fermeture. Ces critiques et manifestations mettent en lumière les inquiétudes grandissantes relatives à l'influence des IC et à leur rôle potentiel dans la communication de la propagande chinoise en France. Face à ce constat, il devient impératif pour les IC de relever ces défis avec diligence et efficacité.

Il est important de souligner ici que la fermeture des IC en France pourrait avoir un impact significatif sur la promotion de la culture chinoise et le dialogue interculturel dans le pays. Les IC jouent un rôle important dans le renforcement des liens culturels et linguistiques entre la Chine et la France, en offrant des cours de langue, des activités culturelles et des opportunités d'échanges universitaires. Une éventuelle fermeture de ces instituts pourrait entraîner une réduction des opportunités pour les Français d'apprendre la langue et la culture chinoises, et par conséquent, un affaiblissement des relations interculturelles entre les deux nations.

Cette période de stagnation, loin d'être uniquement un signe de recul, peut être envisagée comme une opportunité précieuse pour les IC de procéder à une réévaluation profonde et à un ajustement stratégique de leurs orientations. Il s'agit pour eux de travailler à forger une image plus positive et respectueuse des diversités et des attentes du public français. Dans cette optique, les IC pourraient s'engager dans l'élaboration de programmes plus inclusifs, qui tiennent compte des spécificités du contexte français, tout en promouvant une compréhension mutuelle et un respect profond des cultures. Cette démarche proactive et réfléchie pourrait non seulement dissiper les malentendus existants mais aussi jeter les bases d'une collaboration fructueuse et respectueuse entre les IC et la société française.

Les deux figures ci-dessous montrent le développement des IC en France depuis 2005 jusqu'à l'année en cours, 2023 : dans la répartition géographique. Cette répartition géographique, est assez stratégique et révélatrice de leurs objectifs et de leur public cible.

⁶³ Jin Meishan. *Demande de fermeture des Instituts Confucius en France : des personnalités françaises s'élèvent contre l'infiltration du Parti communiste chinois* [en ligne]. Vision Times. Publié le 23 octobre 2022 [consulté le 25 avril 2023]. Disponible sur <https://www.visiontimes.fr/actualite/france/demande-fermeture-instituts-confucius-france-personnalites-francaises-elevent-contre-infiltration-parti-communiste-chinois>.



Figure 3.2 : L'emplacement des 15 Instituts Confucius en France⁶⁴
(Créée le 23 avril 2023 par Xue Han)

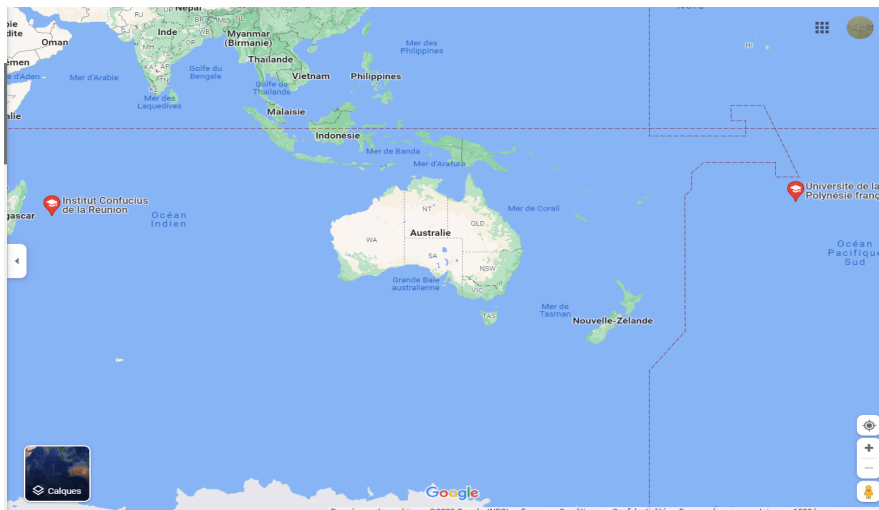


Figure 3.3 : L'emplacement des deux Instituts Confucius dans les outre-mer
(Créée le 23 avril 2023 par Xue Han)

Les IC en France, déployés judicieusement tant dans les grandes métropoles universitaires que dans les régions d'outre-mer, incarnent une stratégie multi-facettes visant à promouvoir la langue et la culture chinoises tout en renforçant les relations bilatérales dans divers secteurs clés.

Tout d'abord, dans les villes universitaires phares telles que Paris, Lyon, Strasbourg, et Toulouse, les IC ont établi des partenariats fructueux avec des institutions d'enseignement supérieur locales. Ces collaborations mutuellement bénéfiques permettent aux IC de bénéficier de l'infrastructure et de l'expertise académique existantes, offrant en retour aux institutions françaises une opportunité d'enrichir leur offre éducative avec des programmes

⁶⁴ Les Instituts Confucius en France sur Google Map. Disponible sur : <https://maps.app.goo.gl/bnApipxMHHmFH92L7>.

axés sur l'étude de la Chine. Ensuite, dans les villes à forte affluence touristique comme Nice, les IC jouent un rôle important en augmentant l'attractivité de ces destinations pour les touristes chinois. Ils proposent des formations linguistiques pour les guides touristiques locaux et organisent des événements qui mettent en avant la culture chinoise, tout en servant de points de contact pour les touristes chinois en quête d'assistance ou d'informations. Enfin, les IC situés à proximité des frontières suisse et espagnole s'engagent activement dans le renforcement des relations transfrontalières, facilitant les échanges culturels et linguistiques et favorisant des relations économiques solides entre la Chine et ces régions, notamment au travers de la promotion du commerce et des investissements.

En outre, il est important de souligner le rôle significatif des IC dans les régions d'outre-mer de la France. D'un côté, l'IC de l'Université de la Réunion, établi en 2010, se trouve à un carrefour géographique, à la croisée des chemins entre l'Afrique, l'Asie et l'Océanie. Il joue un rôle clé dans le renforcement des liens culturels et éducatifs entre la Chine et la Réunion, offrant des cours de chinois, orchestrant des événements culturels et proposant des bourses d'études pour les étudiants désireux de poursuivre leurs études en Chine. D'un autre côté, l'IC de l'Université de la Polynésie française, créé en 2013 à Faa'a, se distingue comme le seul IC du Pacifique sud. Il s'engage activement dans le renforcement des liens entre la Chine et la Polynésie française, notamment au travers des offres de cours de chinois, des ateliers culturels et des voyages d'études en Chine, avec un accent particulier sur les domaines de l'éducation, du tourisme et de l'environnement.

En conclusion, la stratégie d'implantation des IC en France révèle une démarche soigneusement élaborée et multi-facettes, qui aspire non seulement à promouvoir la langue et la culture chinoises, mais aussi à soutenir les objectifs politiques et économiques de la Chine, tout en œuvrant pour une coopération enrichissante et respectueuse des diversités locales.

c. Les trois Instituts Confucius choisis comme études de cas

Les IC francophones en France, Belgique, Suisse et au Luxembourg se sont constitués en réseau, afin de permettre une plus grande coopération et mutualiser des projets pédagogiques et culturels⁶⁵. Nous avons choisi parmi les dix-sept IC en France trois études de cas : l'ICUPCC créé en 2005 à Paris, l'ICA en 2007 à Strasbourg et l'ICCA en 2016 à Nice.

⁶⁵ Site officiel des Instituts Confucius en France. Consulté le 28 avril 2023. Disponible sur : <https://www.institutconfucius.fr/>.

3.2.2. Les objectifs et les missions

Avec la mise en œuvre de la mondialisation, la fusion des civilisations et le choc des civilisations s'entremêlent. La Chine propose une vision chinoise harmonieuse face à cette nouvelle phase de développement pour les civilisations. Pour Jicheng Dai (2020 : 74-79), la théorie du « choc des civilisations » de Samuel Huntington est remplie d'une logique hégémonique et d'une pensée de la guerre froide. Malgré des critiques sur sa vision simpliste et réductionniste des relations entre les civilisations, ainsi que sur son manque de considération pour les échanges et les interactions positives entre les civilisations, cette théorie est largement acceptée en Occident en raison de sa conformité avec la politique de puissance occidentale. En revanche, depuis le 18^e Congrès national du PCC, Xi Jinping a proposé une nouvelle vision de la civilisation chinoise qui met l'accent sur l'échange et l'apprentissage mutuel entre les civilisations, le dialogue et la coexistence. Cette vision est non seulement un remède à la théorie du « choc des civilisations », mais elle montre également la voie à suivre pour le développement de la civilisation humaine au XXI^e siècle.

a. Une coexistence culturelle à la chinoise

La vision chinoise reconnaît la diversité des civilisations et encourage la coopération et l'harmonie entre elles. Elle s'oppose à l'idée d'un « choc des civilisations » et propose plutôt une approche plus inclusive et collaborative pour résoudre les différends et promouvoir la paix et le développement.

Les IC qui s'inscrivent dans cette vision d'encourager les échanges culturels et les interactions positives ont effectivement plusieurs objectifs, allant au-delà de la simple promotion de la langue et de la culture chinoises. Malgré leur nombre impressionnant, les IC sont étonnamment peu étudiés, en particulier en termes de structure réelle, de mode de fonctionnement et d'activités (Hartig, 2012 : 53). Les IC sont considérés comme un outil de *soft power* gouvernemental, tout comme les autres institutions telles que le *Goethe-Institut* ou le *British Council*. Ces institutions linguistiques et culturelles visent non seulement des objectifs culturels mais également des objectifs politiques indirects (Hartig, 2012 : 68). Même si ces organisations agissent de manière indépendante, elles travaillent, dans une certaine mesure, pour leur gouvernement et contribuent à la réalisation de leurs objectifs de politique étrangère. Cet objectif n'est pas officiellement exprimé par aucune des institutions linguistiques et culturelles parce que les effets politiques sont le sous-produit de l'objectif

culturel. Et pourtant, « cette ambition politique s’inscrit également dans la dimension politique du développement des IC, qui est essentielle pour la croissance de la Chine dans les années à venir » (Hartig, 2012 : 69).

En termes plus stratégiques, la création des IC ne vise pas seulement à internationaliser l’éducation, mais ils représentent également une expression particulière du *soft power* chinois, qui contribue de manière importante à renforcer la bonne image de la Chine à l’étranger (Liu, 2007 ; Hartig, 2012 : 68). Le développement rapide des IC est un symbole du *soft power* chinois à l’étranger (Chang, 2015 : 23). Ainsi, les IC en France jouent un rôle important dans la promotion de la langue et de la culture chinoises en France, tout en améliorant l’image de la Chine auprès des Français. Ce *soft power* issu d’une image positive de la Chine facilite la coopération sino-française et influence les relations bilatérales entre la Chine et la France. En fin de compte, ils arrivent à soutenir les objectifs diplomatiques de la Chine à l’échelle mondiale.

L’objectif ultime des IC est indéniablement lié à la promotion d’un monde harmonieux et à la construction d’une communauté d’un destin commun pour l’humanité. En effet, l’IC « se consacre [...] à la construction d’un monde harmonieux » (Hartig, 2012a : 69), ce qui implique également des conséquences politiques. En promouvant la langue et la culture chinoises, les IC visent à renforcer les liens entre les peuples et à encourager la coopération internationale sur des questions d’intérêt commun. De cette manière, ils contribuent à la création d’un environnement mondial plus pacifique et stable, dans lequel les pays impliqués, y compris la Chine, peuvent poursuivre leur développement et réaliser leurs objectifs politiques et économiques.

b. Les niveaux hiérarchiques d’objectifs

Nous observons que les objectifs des IC s’articulent autour de trois niveaux. Le premier niveau, explicitement déclaré et donc le plus connu, concerne la promotion de la langue et de la culture chinoises, en collaboration avec des acteurs locaux et chinois. Le deuxième niveau, bien que jamais officiellement exprimé, est source de controverses : il s’agit de la promotion du *soft power* culturel de la Chine. Le troisième niveau, clairement exprimé mais souvent perçu comme peu crédible par les publics étrangers, vise à promouvoir un monde harmonieux tout en construisant une communauté d’un destin commun pour l’humanité. Chaque niveau

est tributaire du précédent, de sorte que l'objectif du premier niveau est fondamental : sans lui, les deux autres ne seraient pas réalisables.



Figure 3.4 : Les trois rois niveaux des objectifs des Instituts Confucius
(Créée le 05 août 2022 par Xue Han)

Pour réaliser le premier niveau d'objectif des IC : la promotion de la langue et la culture chinoise, les IC en France, tout comme les IC étrangers, proposent deux axes d'activités principaux : des actions d'enseignement et des activités culturelles. Celles-ci concernent des cours de tous les niveaux à la fois dans leurs locaux et dans des établissements partenaires, tandis que les autres portent sur des projets culturels réguliers ou ponctuels : journée des IC, journée d'études chinoise, atelier du thé, spectacles, expositions, conférences, cinéma...

En plus de ces deux activités principales, les IC proposent des tests d'évaluation du niveau de chinois HSK (examen de chinois à l'écrit) et HSKK (examen de chinois à l'oral), des bourses d'études et des séjours linguistiques. Les tests HSK ont 1 à 3 sessions par an dans chaque IC sont devenus la référence internationale en matière d'évaluation des compétences en chinois. Ces tests permettent aux apprenants de mesurer leur niveau de compétence en chinois et d'obtenir une certification reconnue internationalement.

Les IC fournissent également des bourses d'études ayant pour objectif d'encourager les élèves les plus motivés à effectuer des séjours en Chine grâce à des programmes de bourses. Ces bourses permettent aux étudiants de poursuivre leurs études en Chine et d'acquérir une expérience culturelle unique. En plus, les IC encouragent les échanges universitaires et la coopération entre la Chine et les autres pays en offrant des bourses d'études et en soutenant la recherche conjointe. Ces séjours offrent l'occasion d'immersion culturelle et linguistique, en leur permettant de vivre et d'étudier dans un environnement chinois. En même temps, ces

initiatives favorisent la collaboration intellectuelle et le partage des connaissances, contribuant ainsi à la résolution des défis mondiaux auxquels l'humanité est confrontée.

Le deuxième niveau d'objectif, relatif à la promotion du *soft power* chinois, peut être perçu comme une conséquence naturelle du premier niveau d'objectif, qui est la promotion de la langue et de la culture chinoises. En effet, la mission première des IC est de stimuler les échanges culturels. Les implications politiques découlent de ces échanges culturels et ne représentent pas nécessairement l'objectif principal de ces institutions. Ainsi, la promotion du *soft power* chinois émerge-elle comme un résultat naturel mais indirect de l'accomplissement des objectifs culturels et linguistiques des IC.

Ces deux niveaux de base aident les IC à atteindre leur objectif de troisième niveau : promouvoir un monde harmonieux et participer à construire une communauté d'un destin commun pour l'humanité. Cet objectif prend racine dans la proposition « l'harmonie crée des choses, la similitude ne continue pas » de Shi Bo de la fin de la dynastie *Zhou* occidentale. Dès lors, cette pensée « harmonieuse mais différente » est un concept clé dans la culture chinoise. Cela signifie que les différences et les contradictions sont reconnues et acceptées, mais qu'il y a un effort pour les concilier et les intégrer dans une unité harmonieuse. Cela se reflète dans de nombreux aspects de la culture chinoise, y compris la philosophie, la politique et les relations sociales. Cette façon de penser encourage la coexistence pacifique et la coopération entre différents groupes ethniques et idées⁶⁶.

c. L'objectif ultime : vers une harmonie globale

Construire une communauté ayant un destin commun pour l'humanité peut sembler peu crédible aux yeux des personnes qui croient en la loi de la jungle. Toutefois, pour les Chinois, un avenir harmonieux paraît tout à fait envisageable. Selon Huaijin Nan (2016), la tradition chinoise met en avant une culture humaine axée sur l'entraide et la protection des plus faibles, plutôt que sur la loi de la jungle. Il insiste également sur le fait que les êtres humains se distinguent des autres animaux par leur capacité à aimer et à prendre soin d'autres êtres vivants. Il cite à ce propos les enseignements de Liezi⁶⁷ : « Une personne sans véritable

⁶⁶ Wang Bo. *Zhong Guo Wen Hua De Yi Ti He Duo Yuan (L'unité et la diversité de la culture chinoise)* [en ligne]. Forum du Peuple. Publié le 04 août 2007 [consulté le 20 avril 2023]. Disponible sur : <http://www.rmlt.com.cn/2017/0804/488077.shtml>.

⁶⁷ Liezi a écrit un livre éponyme il y a des milliers d'années, qui est considéré comme une partie essentielle des écrits taoïstes.

connaissance et culture philosophique est semblable à un animal, ne vivant que pour se nourrir ». Ce concept est appelé « *ren* » dans la culture chinoise et constitue un principe clé du confucianisme. Dans le bouddhisme, on parle de « compassion », tandis que dans la culture occidentale, on évoque « amour » ou « amour fraternel ».

La volonté des Chinois de construire une communauté ayant un destin commun pour l'humanité se manifeste de différentes manières, telles que la résolution pacifique des conflits et la recherche de compromis. Ying Wu (2009 : 141) souligne les concepts de *ren* (humanité), *de* (vertu) et *he* (harmonie) comme les éléments clés de la pensée confucéenne qui peuvent contribuer à la coexistence pacifique entre les différentes civilisations et les individus dans le contexte actuel. Cette façon de penser peut également encourager la tolérance et le respect des différences culturelles et individuelles. En général, cela peut non seulement contribuer à une société plus harmonieuse et coopérative, mais également faciliter la construction d'un monde harmonieux.

Concernant le premier niveau, les activités des IC rendent la culture chinoise accessible aux personnes du monde entier (Paradise, 2009 : 648), favorisant ainsi une meilleure compréhension mutuelle entre les peuples et améliorant les relations internationales. En d'autres termes, en apprenant le chinois, les étudiants ne se contentent pas d'acquérir des compétences linguistiques, mais développent également une appréciation plus profonde de la culture chinoise, ce qui encourage le respect et la valorisation des différences culturelles. En effet, « dans le confucianisme, la justice prévaut sur l'intérêt particulier. Chaque IC travaille pour construire un monde harmonieux » (Dorbaire, Chen, Chen, 2012 : 279). Plus précisément, les IC véhiculent des valeurs universelles, telles que la paix, la coopération, le respect des diversités culturelles et la responsabilité sociale, qui sont fondamentales pour un monde harmonieux. En diffusant ces valeurs, les IC participent à la création d'un environnement propice au dialogue, à l'entente et à la coopération entre nations et cultures.

3.2.3. Le fonctionnement

Les IC en France jouent un rôle essentiel dans la promotion de la langue et de la culture chinoises, tout en facilitant les échanges et la coopération entre les deux pays. Ils disposent d'un fonctionnement particulier que les institutions linguistiques et culturelles publiques des autres pays telles que l'Alliance française de France, le *British Council* d'Angleterre, le *Goethe-Institut* d'Allemagne, l'Instituto Cervantes d'Espagne. Les dix-sept IC en France sont

créés entre des partenaires français (universités, collectivités, associations...) et des partenaires chinois (universités, entreprises, collectivités...) sous la supervision de la Direction générale des IC à Pékin, connue sous son nom chinois de *Hanban*. Ce nouveau modèle de coopération⁶⁸ est la caractéristique la plus importante des IC facilitant leur implantation dans le monde entier, y compris la France. En effet, la demande est d'abord faite par la partie française, et l'accord de coopération est rédigé et signé par les parties chinoise et française. Chaque IC en France est régi par un système présidentiel sous la direction d'un conseil d'administration, auquel participent des représentants des deux partenaires. Les parties chinoises et étrangères collectent conjointement des fonds pour le fonctionnement de leur IC. Il est vrai que les IC sont initialement soutenus par le gouvernement chinois, en particulier par le ministère des Affaires étrangères chinois mais ce sont des personnes des partenaires français et chinois qui sont les interlocuteurs actifs de chaque IC. Afin de faciliter la communication interne, il y a un directeur chinois et un directeur étranger dans chaque IC.

a. L'Institut Confucius à Nice

L'ICCA est une des jeunes institutions du réseau des IC qui a été fondée en 2016 par la Mairie de Nice, l'université de Nice Sophia Antipolis (devenue l'université Côte d'Azur en janvier 2020)⁶⁹, l'université de Tianjin⁷⁰ et la Direction générale des IC de Chine (devenue *Chinese International Education Foundation* en juin 2020). Il s'agit d'une création conjointe, ce qui lui fait bénéficier de l'ensemble des acteurs de son territoire d'implantation et ceux de son partenaire chinois. Sa création s'est ainsi faite sous la forme d'une association loi 1901.

b. L'Institut Confucius à Strasbourg

L'ICA en partenariat avec l'université de Hehai, ambitionne de faire mieux connaître et partager la langue et la culture chinoises à Strasbourg. Association loi 1901, l'ICA travaille en étroit partenariat avec les collectivités territoriales locales, mais aussi, des établissements d'enseignement tels que l'école d'ingénieur Strasbourg-Europe et l'école de médecine traditionnelle chinoise ainsi que des associations françaises. Il propose en premier lieu des cours de chinois à destination de tous les publics et de tous les niveaux. Par ailleurs, il organise régulièrement, seul ou bien plus souvent en partenariat avec la ville de Colmar, des

⁶⁸ Un modèle original proposé par Xu Lin sous le conseil d'un Canadien, la directrice de Hanban. Consulté le 14 août 2022. Disponible sur : <http://www.whjd.sdu.edu.cn/dfiles/fujian/222.pdf>.

⁶⁹ L'université Côte d'Azur a mis fin à son partenariat avec l'ICCA en décembre 2022.

⁷⁰ En décembre 2022, l'université de Xiamen est devenue le nouveau partenaire chinois de l'ICCA.

événements culturels (expositions, conférences, ateliers du thé, de cuisine, de découpage, de calligraphie, de peinture chinoise et de Taiji, démonstrations musicales, semaine chinoise...), permettant, au-delà des cours, une autre approche de la culture et de la civilisation chinoises. Son organisation reflète son ouverture sur la diversité de la société : grand public, scolaires, étudiants, employés, cadres ou retraités s'y retrouvent.

c. L'Institut Confucius à Paris

L'ICUPC a été créé en partenariat avec l'université de Wuhan, une université chinoise prestigieuse. Il est situé dans le quartier des Grands Moulins, un quartier d'affaires en pleine expansion. L'ICUPC est un pôle d'échanges franco-chinois qui associe des acteurs de la vie économique et sociale chinoise et française à travers des séminaires et des rencontres. En plus de la découverte et de l'apprentissage de la culture chinoise (langue et civilisation), il vise à renforcer les liens entre les deux pays en favorisant les échanges académiques, culturels et économiques.

Conclusion du chapitre 3

Ce chapitre a permis de mettre en évidence le rôle majeur des IC en France dans la promotion et la communication de la culture et de la langue chinoises, ainsi que leur impact sur les relations sino-françaises. Nous avons vu que ces institutions sont parvenues à s'implanter avec succès sur le territoire français et ont contribué à renforcer les liens culturels et éducatifs entre la Chine et la France.

Ainsi, les IC en France jouent-ils un rôle essentiel dans la promotion de la culture chinoise et le renforcement des liens entre la Chine et la France. Néanmoins, il est important de rester attentif aux défis et aux enjeux liés à leur mission et de veiller à ce que ces institutions continuent à œuvrer pour une meilleure compréhension mutuelle et un enrichissement culturel réciproque entre les deux pays.



PARTIE 2 : UNE COMMUNICATION INTERCULTURELLE SPÉCIFIQUE





CHAPITRE 4 : LA COMMUNICATION INTERCULTURELLE



Introduction du chapitre 4

Dans ce chapitre, nous nous intéressons à la communication interculturelle, un domaine essentiel pour comprendre et analyser les activités culturelles des IC qui favorisent la compréhension mutuelle et les échanges entre les individus et les groupes culturels divers. La communication interculturelle est devenue de plus en plus importante dans notre monde globalisé, où les interactions entre personnes de différentes cultures sont courantes. Ce chapitre se compose de trois sections pour explorer les différentes facettes de la communication interculturelle.

La section 4.1 abordera la notion de communication interculturelle et les théories classiques. Nous y examinerons les différentes approches telles que la communication interculturelle comparative, la communication interculturelle interactionniste, et la compétence interculturelle, pour mieux comprendre comment les individus et les groupes interagissent et communiquent efficacement entre eux malgré leurs différences culturelles.

La section 4.2 se concentrera sur l'interculturalité, un concept clé pour comprendre la dynamique de la communication interculturelle des IC en France. Nous aborderons notamment le concept d'« interculturalité » et le contexte de la « communication interculturelle » en France. En même temps, nous examinerons la notion de « localisation », qui se situe entre « l'indigénisation » et la « territorialisation », afin de mieux saisir comment les différentes cultures interagissent et s'adaptent les unes aux autres.

La section 4.3 traitera de la théorie de la communication proposée par les chercheurs chinois. Nous explorerons les pensées chinoises anciennes et les études chinoises de la communication, ainsi que les études chinoises de la communication interculturelle. Enfin, nous discuterons de la construction d'une théorie chinoise en communication interculturelle, pour saisir l'apport spécifique de la pensée chinoise à ce domaine.

4.1. Les paradigmes de la communication interculturelle : un dialogue avec les théories classiques

Les IC sont des institutions culturelles qui promeuvent le chinois et la culture chinoise dans un contexte interculturel. La communication interculturelle est essentielle pour le succès de ces instituts. La communication interculturelle est un domaine d'étude qui s'intéresse aux

interactions entre des personnes de cultures différentes. Cette approche interculturelle est née après la deuxième guerre mondiale aux États-Unis et les travaux d'Edward T. Hall sont considérés comme les précurseurs de cette discipline. Il a développé cette approche unique en se basant sur l'étude de la communication non verbale et en accordant une importance particulière aux perceptions de l'espace et du temps (Rive, Roger, 2014 : 376). Son livre phare, *Le Langage Silencieux*, tire ses fondements de nombreuses observations sur le terrain et a des implications pratiques pour toutes les institutions linguistiques et culturelles en relation avec des publics étrangers. À partir des années 1960, un grand nombre de chercheurs se sont penchés sur ce thème et ont produit plusieurs théories.

Parmi les nombreuses théories qui ont été proposées pour expliquer la communication interculturelle, nous allons nous focaliser sur trois approches pertinentes pour analyser les activités culturelles des IC, un des axes principaux de leur communication afin de comprendre les processus de la communication interculturelle des IC en France, les malentendus, les conflits et les coopérations. En combinant ces trois approches, il est possible d'analyser de manière approfondie les activités culturelles des IC et de déterminer comment améliorer leur communication interculturelle auprès des Français.

4.1.1. La communication interculturelle comparative

L'approche comparative de la communication interculturelle peut être utilisée pour analyser et comprendre les différences culturelles entre les participants aux activités culturelles des IC. Cette approche tire sa force de deux théories centrales pour étudier les interactions interculturelles au sein des IC.

D'une part, la théorie du contexte culturel d'Edward T. Hall (1976 : 105) souligne que la communication est profondément influencée par le contexte culturel dans lequel elle se déroule. Cette perspective théorique peut être mobilisée pour comprendre comment les participants aux activités des IC perçoivent, interprètent et réagissent aux messages véhiculés dans les activités culturelles des IC, en fonction de leur contexte culturel. D'autre part, la théorie des dimensions culturelles élaborée par Geert Hofstede (1984 : 211) propose une grille d'analyse multidimensionnelle des différences culturelles, en se focalisant sur des aspects tels que l'individualisme, la distance hiérarchique, l'évitement de l'incertitude, la masculinité et la féminité. Cette théorie offre des clés de compréhension essentielles pour saisir l'influence des

valeurs culturelles sur la communication et l'interaction des participants lors des activités des IC.

Ces deux théories nous permettront d'identifier des stratégies efficaces pour surmonter les barrières culturelles et encourager un échange culturel positif et constructif. En somme, l'exploitation judicieuse de ces théories au sein des IC favorise une meilleure compréhension des enjeux interculturels, facilitant ainsi la promotion d'un dialogue enrichissant et respectueux des diversités culturelles.

4.1.2. L'interactionnisme en communication interculturelle

La deuxième approche que nous utilisons est celle de la communication interculturelle interactionniste. Cette approche se concentre sur l'étude de la communication entre individus de cultures différentes. Les IC mettent en relation des acteurs chinois et des participants français de diverses origines culturelles, ce qui en fait un terrain fertile pour l'analyse des interactions interculturelles. En étudiant comment les Français interagissent et communiquent entre eux, il est possible d'identifier les obstacles potentiels à la communication et de développer des stratégies pour les surmonter.

Deux théories sont importantes pour analyser les interactions pendant les activités culturelles des IC. D'un côté, l'intersubjectivité est un concept développé par des chercheurs chinois tels que Jianjun Li (2014 : 43) et Bo Shan (2011 : 103). Il s'agit du processus par lequel deux individus ou plus partagent et comprennent mutuellement les significations et les intentions de l'autre lors de la communication. Cela implique de créer un terrain d'entente et de parvenir à un consensus sur les significations partagées. En communication interculturelle, l'intersubjectivité est particulièrement importante pour surmonter les différences culturelles et faciliter la compréhension mutuelle. Les différences culturelles peuvent entraîner des malentendus et des conflits lors de la communication, mais l'intersubjectivité peut aider à surmonter ces obstacles en permettant aux individus de partager et de comprendre les significations et les intentions de l'autre.

D'un autre côté, la théorie de la convergence de communication développée par D. Lawrence Kincaid (1979 : 32) suggère que les individus ajustent leur style de parole pour atteindre une compréhension mutuelle. Dans le contexte des IC, cela peut aider à expliquer comment les participants adaptent leur communication pour surmonter les barrières culturelles et

linguistiques. Ainsi, cette théorie pourrait être utilisée pour analyser les activités culturelles des IC.

Dans le contexte des IC et de leurs activités culturelles, les concepts théoriques de l'intersubjectivité et de la convergence communicationnelle revêtent une importance pour analyser la manière dont les participants issus de différentes cultures perçoivent et interprètent les messages et les informations échangés lors d'événements tels que les conférences, les expositions et les ateliers, dans le but d'atteindre une compréhension mutuelle. Autrement dit, l'application de ces deux théories peut contribuer à une meilleure compréhension des processus de communication interculturelle en créant un environnement propice au partage d'expériences, de connaissances et de points de vue culturels. En prenant en compte les différences de subjectivité entre les participants et en travaillant activement à favoriser l'intersubjectivité et la convergence communicationnelle, les IC seront en mesure de promouvoir une communication interculturelle plus efficace et enrichissante.

4.1.3. La compétence interculturelle

La troisième approche que nous utilisons est celle de la compétence interculturelle, proposée par Darla K. Deardorff (2020 : 59). Cette théorie met l'accent sur le développement de compétences interculturelles pour améliorer l'efficacité de la communication entre les personnes de différentes cultures. La compétence interculturelle repose sur quatre éléments : les connaissances (sur soi-même, sur l'autre, sur la culture), les attitudes (comme l'ouverture d'esprit, le respect, la curiosité), les habiletés (comme l'écoute active, l'empathie, l'adaptation) et les résultats (comme la compréhension mutuelle, le respect mutuel, l'apprentissage mutuel). Cette théorie peut nous aider à comprendre comment les IC aident les médiateurs et les participants s'impliquant dans leurs activités culturelles à développer des compétences interculturelles. Ces compétences peuvent contribuer à une communication interculturelle plus efficace et à une meilleure compréhension mutuelle entre les participants.

Par ailleurs, la théorie de l'adaptation culturelle, développée par Young Yun Kim (2001 : 97-117), aide à comprendre en profondeur comment les IC facilitent l'adaptation culturelle des participants français et des médiateurs culturels. Selon cette théorie, la communication interculturelle implique un processus d'adaptation de l'individu à un nouvel environnement culturel. Ce processus comprend quatre étapes : le stress, la désorientation, l'apprentissage et la croissance. L'adaptation culturelle est influencée par des facteurs personnels (comme la

personnalité, la motivation, l'attitude) et des facteurs environnementaux (comme le soutien social, le climat culturel, le degré de différence culturelle). Cette théorie met l'accent sur le processus d'apprentissage et de changement des individus lorsqu'ils sont exposés à des cultures différentes. Cette théorie considère l'adaptation interculturelle comme un processus dynamique et continu, influencé par des facteurs tels que la communication, l'expérience et la résilience personnelle.

Ces deux théories peuvent donc fournir un cadre précieux pour comprendre et améliorer la communication interculturelle au sein des IC. Elles peuvent aider à identifier les stratégies efficaces pour faciliter la compréhension mutuelle et promouvoir un échange culturel positif.

4.2. L'interculturalité et la localisation

La communication culturelle des IC repose sur la communication interculturelle dans le contexte de la mondialisation⁷¹. L'interculturalité est un élément important pour analyser leurs activités. Il y a plusieurs définitions de la communication interculturelle. C'est un concept qui fait référence à la rencontre et à l'échange entre différentes cultures et met l'accent sur l'importance des interactions et de la compréhension mutuelle entre les individus et les groupes culturels. Selon l'encyclopédie Larousse⁷², les expériences interculturelles visent à établir une reconnaissance, un dialogue et un enrichissement réciproque des cultures, en dépassant les stéréotypes et les particularismes culturels.

L'interculturalité encourage aussi la communication multidirectionnelle. En effet, la communication interculturelle implique un processus d'apprentissage et d'adaptation constant pour mieux comprendre les autres cultures et s'adapter à elles. Dans ce cas, les individus interagissent les uns avec les autres pour trouver leur chemin dans l'existence et le développement. Les individus s'observent, se comprennent, s'acceptent et se modifient mutuellement pour atteindre cet objectif. Cela signifie que la communication interculturelle ne se limite pas à une seule direction, mais implique plutôt un échange d'idées et d'informations entre les différentes cultures pour favoriser une meilleure compréhension et une meilleure adaptation (Shan, 2004 : 1).

⁷¹ Farrah Bérubé, Caroline Bouchard, Catherine Bourassa-Dansereau. *Communication internationale et interculturelle : mondialisation et dimensions politiques* [en ligne]. Communiquer. Consulté le 28 septembre 2023. Disponible sur : <https://journals.openedition.org/communiquer/2240>.

⁷² Définition du terme « expériences interculturelles » dans l'encyclopédie Larousse. Consulté le 06 avril 2023. Disponible sur : <https://www.larousse.fr/encyclopedie/divers/interculturalit%C3%A9/178843>.

4.2.1. Le concept de « l’interculturalité »

Edward T. Hall est reconnu comme le pionnier dans la popularisation de l’interculturalité. Il a exploré (1976 : 57-85) les facteurs sous-jacents qui influencent nos comportements, souvent de manière inconsciente, notamment en matière de communication, de temps et d’espace. Sa théorie, axée sur la communication non verbale, met l’accent sur les perceptions de l’espace et du temps. L’interculturalité englobe donc l’interaction, la communication et l’échange entre individus de différentes origines culturelles, tout en respectant cette diversité⁷³. Cette démarche nécessite une compréhension des contextes spécifiques et des expériences individuelles, en mettant l’identité au cœur de l’apprentissage interculturel. C’est un voyage d’auto-connaissance : on doit d’abord se comprendre soi-même et ses racines pour ensuite comprendre les autres.

D’après l’Organisation des Nations unies pour l’éducation, la science et la culture (UNESCO), l’interculturalité est définie par la coexistence et l’interaction harmonieuse de multiples cultures, et par la création d’expressions culturelles communes grâce au dialogue et au respect mutuel. Elle vise à renforcer la cohésion sociale, combattre les discriminations et faciliter l’intégration de diverses cultures au sein d’une société⁷⁴.

En France, les IC jouent un rôle majeur dans la promotion de l’interculturalité. Selon leur site officiel commun⁷⁵, ils mettent en avant la culture chinoise avec une variété d’événements : spectacles, expositions, conférences, projections de films, tous accessibles au public. Ils proposent également des ateliers récurrents, comme la calligraphie ou la céramique, pour stimuler les échanges interculturels. Même durant le confinement, les IC ont persisté dans leur mission, adaptant leurs activités au format numérique, permettant ainsi aux participants de poursuivre leurs engagements culturels et leurs échanges. Ils facilitent donc le dialogue, le respect et la compréhension entre les cultures chinois et français au travers de leurs programmes diversifiés.

⁷³ Définition de l’interculturalité. Epsilon Melia. Consulté le 28 avril 2023. Disponible sur : <https://www.epsilonmelia.com/interculturalite-definition/>.

⁷⁴ Définition de l’interculturalité : Article 4.8 de la Convention sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles. UNESCO. Consulté le 28 avril 2023. Disponible sur : <https://fr.unesco.org/creativity/interculturalite>.

⁷⁵ Site des IC en France. Consulté le 28 avril 2023. Disponible sur : <https://www.institutconfucius.fr/fr/qui-sommes-nous/objectifs-et-missions>.

4.2.2. Le contexte de la « communication interculturelle » en France

Le concept de communication interculturelle a été introduit par le Conseil de l'Europe dans les années 1970 pour réglementer les problèmes liés à la vie des migrants venus travailler dans les pays d'accueil (Lemoine, 2018 : 78). Au fil du temps, les recherches sur l'interculturel se sont progressivement étendues à d'autres domaines, y compris la communication. Dans le contexte des organisations internationales ou mondiales, la communication interculturelle est essentielle pour faciliter les relations sociales et professionnelles entre les acteurs de différents profils culturels (Meier, 2019 : 202).

Étant un phénomène historiquement culturel accompagnant le développement de l'être humain et constituant également un mode de vie pour celui-ci, la communication interculturelle implique l'interaction de l'homme dans le contexte de cultures différentes, et concerne, sur un niveau fondamental, la relation de l'individu avec l'étranger, une notion introduite par le sociologue allemand Georg Simmel (Shan, 2004 : 1). Ces interactions sont importantes pour favoriser la compréhension mutuelle, l'échange culturel et la collaboration entre personnes issues de diverses origines culturelles.

Concernant la tendance, « la mondialisation est l'extension des relations sociales humaines et de l'interaction sociale, fournissant les conditions pour la communication et l'intégration interculturelles tout en changeant constamment la carte culturelle du monde d'aujourd'hui » (Sun, Sun, 2010 : 37). Qu'il s'agisse d'homogénéisation, de polarisation ou d'hybridation, la tendance à la mondialisation culturelle est irréfutable — elle fait autant partie du processus global de mondialisation que la mondialisation économique — ce qui implique que les différentes cultures de la communauté mondiale continuent de sortir des limites des territoires et des modèles culturels en tant que « symboles flottants » intégrés dans le vaste réseau culturel mondial, annonçant un paysage culturel mondial interdépendant (Sun, Sun, 2010 : 37).

4.2.3. La « localisation » : entre « l'indigénisation » et la « territorialisation »

Dans le cadre de notre recherche, nous nous appuyons sur une notion favorisée par des chercheurs chinois : la « localisation ». Ils utilisent ce terme dans leurs recherches en lien avec la communication des IC. Et pourtant, la définition de ce terme n'est pas suffisamment claire et il est confondu pour la plupart du temps avec deux autres termes : « l'indigénisation » et la

« territorialisation ». Bien que ces trois termes partagent des points communs, ils sont bien différents.

La notion de « localisation » s'inscrit dans un contexte de développement global ou intégré, impliquant divers aspects tels que les structures de consommation, le régime politique, les techniques employées, les modalités d'utilisation des ressources naturelles et le type d'occupation des territoires. Cette notion est liée à l'enracinement des modes de développement dans des sites porteurs de sens et d'identités individuelles et collectives (Denieuil, 2008 : 113). En d'autres termes, la localisation fait référence à la manière dont les modes de développement sont ancrés dans des territoires spécifiques, en tenant compte des caractéristiques et des identités locales. Cette localisation peut être comprise comme étant à mi-chemin entre « l'indigénisation » et la « territorialisation ».

L'indigénisation et la localisation sont deux concepts liés faisant tous deux référence à l'adaptation des pratiques, des politiques et des processus aux contextes locaux. L'indigénisation implique une prise en compte des spécificités culturelles et sociales des populations locales pour élaborer des politiques et des interventions adaptées à leurs réalités. Cela signifie que les interventions et les politiques sont conçues en tenant compte des besoins et des particularités culturelles des communautés locales. Autrement dit, l'indigénisation et la localisation partagent un objectif commun : adapter les interventions aux contextes locaux pour les rendre plus pertinentes et efficaces. Cependant, l'indigénisation met davantage l'accent sur l'adaptation aux spécificités culturelles et sociales des populations locales, tandis que la localisation met l'accent sur l'enracinement territorial des modes de développement. Comme l'indique la « théorie du voyage » d'Edward W.Saïd (1982)⁷⁶, une théorie ne voyage pas de son lieu d'origine vers un pays étranger directement. Pareillement, le patrimoine culturel d'un pays, ne peut non plus arriver dans un pays étranger comme il l'est dans son pays d'origine. Au contraire, le patrimoine culturel d'un pays à l'étranger implique nécessairement sa domestication par le public local dans un pays étranger. Dans ce processus, tout, de la culture au processus de sa communication, peut être dévalorisé ou déprécié, ou bien interprété et revitalisé en raison de nouvelles circonstances sociales (Lu, 2021 : 77). Il s'agit

⁷⁶ Edward W.Saïd. *Traveling theory* [en ligne]. Books Google. Consulté le 25 avril 2022. Disponible sur : https://books.google.fr/books?hl=fr&lr=&id=BQPZAQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA114&dq=traveling+theory+sai+d&ots=IHYVCJQuMs&sig=4qoMPaa7PhyB8rzUIJYesAYpXNI&redir_esc=y#v=onepage&q=traveling%20theory%20said&f=false.

ici d'un processus de l'indigénisation « désignant la tentative de transformer des choses influencées par l'extérieur pour les adapter à la culture locale » (Kim, 2012 : 245). Jonathan Paradis (2018 : 24) rappelle que ce terme, initialement appliqué à des marchandises, des biens de consommation ou des produits techniques, est ensuite « employé par les anthropologues s'intéressant à la situation générale où l'Occident occupe une position dominante conférée par sa modernité et où, autrefois, les aspirations d'hégémonie semblaient encourager l'homogénéisation ». Les initiateurs de ce processus sont donc les populations locales qui ne veulent pas « devenir de simples répliques de l'Occident et développent donc des adaptations créatives et encouragent des innovations locales leur permettant de choisir des variantes ou d'élaborer des alternatives à ce qui leur est proposé » (Kahn, 2011 : 664, cité par Paradis, 2018 : 24).

La territorialisation est un terme initialement issu de la science politique qui consiste en une appropriation physique ou symbolique d'un territoire. Ce processus d'appropriation nécessite un « ensemble des actions, des techniques et des dispositifs d'action et d'information qui façonnent la nature ou le sens d'un environnement matériel pour le conformer à un projet territorial » (Debarbieux, 2009, cité par Delphine, 2022). Les acteurs engagés dans ce processus concernent les élus locaux dans le système d'action publique territorial. Ce concept est lié à la manière dont les autorités publiques interviennent sur un territoire pour le gérer et l'organiser. Cela implique un changement de paradigme par rapport aux modalités traditionnelles d'intervention des autorités publiques, tant dans les modes de raisonnement que dans les pratiques (Duran, 2020 : 529). La communication des collectivités territoriales est un exemple de cette territorialisation, mettant l'accent sur la mise en avant du territoire, des services publics locaux et de la gestion politique du territoire (Pailliart, 2018 : 153).

La « localisation » se situe donc entre « l'indigénisation » et la « territorialisation », cherchant à concilier les spécificités culturelles et sociales des populations locales avec les interventions des autorités publiques pour une gestion adaptée et efficace des territoires. Certains IC ont déjà connu leurs premières réussites à concilier l'indigénisation et la territorialisation. L'indigénisation renvoie à l'adaptation des activités et des programmes aux contextes locaux, en tenant compte des spécificités culturelles et sociales des populations où ils sont implantés. La territorialisation concerne l'ancrage des IC dans les territoires où ils sont établis, en développant des partenariats avec des institutions locales et en participant à des événements culturels locaux.

Dans les premières heures de l'utilisation du concept de « localisation » dans la communication des IC, celui-ci a surtout été appliqué dans des actions d'enseignement du chinois. En effet, dès 2007, année de la deuxième conférence des IC, la localisation des enseignants de chinois a été demandée (Li, 2020 : 87). Cette localisation ne se limite pas uniquement à l'enseignement du chinois mais aussi aux activités culturelles des IC. Elle s'exprime par la mise en place d'événements, d'ateliers et d'expositions qui intègrent à la fois des éléments de la culture chinoise et des spécificités françaises. L'idée est de créer une passerelle entre ces deux cultures, permettant ainsi une meilleure appréciation et une compréhension mutuelle.

Le concept de « localisation » revêt une importance capitale pour les IC en France. La localisation permet aux IC de mieux cerner les besoins et les intérêts des communautés locales en matière de langue et de culture chinoises (Chang, 2015 : 31). En adaptant leurs programmes et activités en fonction de ces besoins spécifiques, les IC peuvent offrir des expériences culturelles plus en phase avec les attentes des apprenants. Ce processus d'adaptation renforce les liens entre les IC et les communautés locales, créant un espace de compréhension et d'appréciation mutuelles. Pour les IC, la localisation n'est pas une simple option, elle est vitale. Face aux nombreux défis qui se présentent à eux, il est impératif pour ces instituts de concevoir et d'adopter des stratégies de communication localisées et efficaces. En se positionnant comme des institutions intégrées au paysage culturel et éducatif français, ils renforcent le *soft power* chinois, contribuant ainsi à la vision d'une communauté d'un destin commun pour l'humanité. La dimension du *soft power* est également importante dans cette discussion. La France se distingue en occupant une place prépondérante en matière de *soft power*, tandis que la Chine se situe au vingt-septième rang, comme le montre la figure ci-dessous. Cette position montre que la Chine a encore des leçons à tirer, notamment de la France. Les IC en France représentent donc des vecteurs privilégiés, des « tunnels » pour ainsi dire, permettant d'assimiler et de mettre en œuvre les meilleures pratiques en matière de *soft power*. En somme, la localisation s'impose comme une démarche stratégique pour les IC en France, leur permettant non seulement de s'ancrer profondément dans le contexte français, mais aussi de contribuer activement à l'établissement de ponts solides entre la France et la Chine.

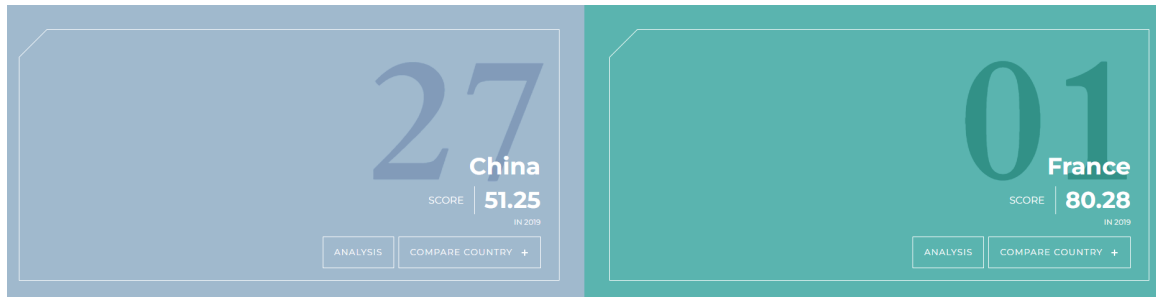


Figure 4.1 : L'indice du *soft power* étatique 2019⁷⁷
(Créée le 08 juillet 2022 par Xue Han)

4.3. La contribution chinoise à la théorie de la communication

Le succès retentissant des IC à travers diverses échelles n'est pas sans soulever des controverses et des questionnements, émanant tant de l'international que de la Chine elle-même. À l'échelle internationale, leur expansion rapide a alimenté la théorie de « la menace chinoise ». La perspective dominante perçoit ainsi les IC comme un instrument majeur à la disposition de la Chine pour amplifier sa diplomatie publique et consolider son *soft power* (Zhang, Zheng, 2021 : 160). Les IC sont donc considérés comme liés aux objectifs plus larges de la politique étrangère de la Chine (Hartig, 2015 : 255 ; Brazys, Dukalskis, 2019 : 14). Au lieu d'accuser les IC, les chercheurs chinois s'interrogent sur les conséquences d'une croissance peut-être trop précipitée, menant à des dysfonctionnements dans leurs processus de communication interculturelle. Les motivations derrière ces questionnements, qu'ils proviennent de l'étranger ou de la Chine, diffèrent nettement : à l'étranger, l'accent est mis sur une vigilance accrue vis-à-vis du rôle des IC, tandis qu'en Chine, l'objectif est de les soutenir en décelant des solutions grâce aux théories occidentales de la communication.

Toutefois, à mesure que la portée de la communication interculturelle des IC s'élargit et s'intensifie, les cadres théoriques existants semblent insuffisants pour répondre à leurs enjeux spécifiques. Les modèles occidentaux de communication interculturelle ont été largement adoptés par les chercheurs chinois, souvent considérés comme des axiomes universels sans remise en question (Liu, 2010 : 130 ; Sun, Sun, 2010 : 39-40). Il serait peut-être judicieux d'explorer les trésors des philosophies chinoises anciennes pour éclairer ces défis. Après tout, les IC incarnent la valorisation de la culture chinoise, une culture riche de pensées philosophiques profondes sur la communication.

⁷⁷ L'indice du *soft power* de la Chine dans le dernier rapport établi conjointement par le *USC Center on Public Diplomacy* et le Centre de recherche en marketing américain Portland. Consulté le 08 juillet 2022. Disponible sur : <https://softpower30.com/country/china/>.

4.3.1. Les pensées chinoises anciennes et les études de la communication

En effet, les pensées chinoises anciennes en matière de communication sont aussi fécondes que les pensées occidentales modernes (Xu, 2009 : 19). Par ailleurs, grâce à la richesse de ces pensées, la construction d'une étude chinoise de la communication devient possible. Selon Feifei Qi (2018 : 5), cette étude chinoise de la communication est née grâce aux initiatives du chercheur Yelu Yu et de son directeur Schramm Wilbur. Ce dernier était professeur invité à l'université chinoise de Hong Kong à la fin des années 1970. Au cours de cette période, il a participé à des séminaires durant lesquels il a souligné la nécessité d'explorer l'héritage des concepts de la communication dans la culture chinoise. Ses idées ont inspiré immédiatement des chercheurs chinois pour construire une étude chinoise de la communication. Depuis la naissance de cette étude, en plus de 40 ans, trois générations de chercheurs chinois y ont contribué (Zhou, 2021 : 60).

La première génération concerne des érudits tels que Yelu Yu, Jiashi Xu, Xupei Sun et Xuemeng Zheng qui se sont concentrés avant le XXI^e siècle sur les questions théoriques de la communication chinoise. Au début du XXI^e siècle, le professeur Xingmin Huang de l'université de Xiamen, un des représentants de la deuxième génération, a œuvré à définir la signification d'une étude chinoise de la communication. Depuis la première décennie du XXI^e siècle, l'Institut d'Études de la Communication de l'université de Xiamen a organisé différents séminaires et publié des recueils d'essais, tels que *L'Étude Chinoise de la Communication* (Sun, 1997). Cependant, les résultats des recherches ultérieures étaient difficiles à agréger et étaient pour la plupart publiés sous forme d'articles individuels dans des revues. La construction d'une théorie chinoise de communication était à cette époque relativement limitée (Xu, Yu, 2020 : 54). Ensuite, avec l'aide du professeur Xingmin Huang et des piliers tels que Yumin Wu et Peiren Shao, la troisième génération d'un grand nombre de nouveaux talents a émergé dans ce domaine. Grâce à ces trois générations de chercheurs, l'étude chinoise de la communication a déjà cumulé une grande expérience et des résultats théoriques ont été publiés successivement. Ils ont aidé à construire une théorie chinoise de la communication, d'une façon systématique.

L'année 2020 est une année marquante où des livres sur l'étude chinoise de la communication ont été publiés. Par exemple, un livre marquant de Peiren Shao⁷⁸, s'appuyant sur ses

⁷⁸ Shao est un des spécialistes dans le domaine de la construction d'une théorie chinoise de la communication.

recherches, a vu le jour en mars 2020 sous le nom de *La Théorie Chinoise de la Communication*. C'est un livre capital parce qu'il a développé pour la première fois, la théorie chinoise de la communication, d'une façon systématique. L'étude chinoise de la communication y était développée en détail, et les questions clés de la construction d'une théorie chinoise y étaient définies. Des pensées à la théorie, ce livre met en lumière la profondeur et le charme unique de la culture chinoise dans la perspective de communication (Song, Wu, 2021 : 70). Une autre signification de ce livre est qu'il répond à la question actuelle des chercheurs concernant la manière de construire une théorie chinoise de la communication, c'est-à-dire que cette dernière ne doit pas se focaliser sur la distinction entre les théories occidentales et chinoises, anciennes ou modernes, mais doit être un point pour toutes les théories de la communication, peu importe qu'elles soient occidentales ou chinoises, anciennes ou modernes (Wu, 2021 : 5). En août de cette même année, des recherches sur la communication chinoise ont émergé. Il s'agit d'une série de trois livres publiés par la maison d'édition de *Jiuzhou*. Le premier de Guoming Chen est la première monographie individuelle publiée en Chine. Le deuxième de Qingguo Xie donne un aperçu de l'évolution de la recherche sur l'étude chinoise de la communication. Le dernier se consacre pour la première fois à la présentation des résultats académiques annuels dans ce domaine. Cette série a ainsi contribué à l'avancement d'une étude chinoise de la communication vers une théorie chinoise de la communication.



Figure 4.2 : La série de trois livres en théorie chinoise de la communication
(Créée le 17 septembre 2023 par Xue HAN)

4.3.2. Les études chinoises de la communication interculturelle

Alors que l'étude chinoise de la communication, étroitement liées à la communication interculturelle, se plonge dans la construction d'une théorie chinoise, les études chinoises de la communication interculturelle⁷⁹ restent à l'écart (Lu, 2022 : 223). Contrairement à celle-ci qui a déjà connu des résultats positifs grâce à la recherche basée sur les pensées philosophiques chinoises, ces études n'ont pas pu développer ni de nouveaux concepts ni de théories. Une des raisons principales est dûe au fait que les chercheurs chinois ont un manque de compréhension de l'histoire intellectuelle ainsi que du contexte historique et culturel de certains concepts et théories clés de la recherche occidentale en communication interculturelle (Jiang, 2016 : 85). D'ailleurs, parmi ces théories importées en Chine, le paradigme fonctionnaliste de Edward T. Hall a dominé la recherche chinoise en communication interculturelle depuis son entrée dans le pays dans les années 1980 jusqu'à aujourd'hui. Ceci est marqué par un grand nombre d'études sur des « solutions aux problèmes » (Lu, 2022 : 221-222). Les chercheurs concernés de cette première phase montrent peu d'intérêt, d'engagement, de vision ou de profondeur dans la construction d'une théorie chinoise de la communication interculturelle (Jiang, 2016 : 86). D'ailleurs, la recherche existante en théorie chinoise de la communication interculturelle s'est principalement tournée vers le passé, en s'inspirant de textes culturels anciens, sans donner de nouvelles connotations aux idées traditionnelles dans un nouveau contexte (Liu, 2010 : 135). Et pourtant, la pratique de communication interculturelle du gouvernement chinois est en plein essor avec l'implantation mondiale des IC. La construction d'une discipline chinoise de communication interculturelle avec des caractéristiques et une applicabilité chinoises est importante en raison de l'engagement culturel de la Chine sur le plan international (Sun, Sun, 2010 : 37).

Ayant connu des succès et également des problèmes, les IC ont besoin plus que jamais du support de la théorie chinoise en communication interculturelle. De ce fait, « d'un point de vue théorique, il est peut-être temps pour des chercheurs futurs de commencer la recherche théorique chinoise sur la communication interculturelle en Chine » (Jiang, 2016 : 95). Afin de construire une telle théorie, il est nécessaire de se concentrer sur « les ailes jumelles de la culture et de la communication » (Liu, 2010 : 135) des IC et d'exploiter leurs méthodes, techniques et stratégies de communication.

⁷⁹ En Chine, deux domaines de recherche concernent la communication interculturelle : les langues étrangères et la communication.

Nous essayerons donc de contribuer à la construction d'une théorie chinoise en communication interculturelle grâce à cette thèse tout en prenant compte le contexte actuel afin d'éviter des lacunes et des ruptures entre les suppositions théoriques et la réalité. Par ailleurs, nous constatons que les recherches sur l'étude chinoise de la communication ne se concentrent que sur la construction d'une théorie. Et pourtant, la construction d'une théorie ne peut se séparer d'études de cas. C'est la raison pour laquelle nous exploitons la possibilité de vérifier cette théorie chinoise dans notre recherche pratique sur les IC. Autrement dit, cette vérification aide à construire une théorie fondée sur des bases pratiques. Étant donné que l'étude chinoise de la communication et que l'étude chinoise de la communication interculturelle sont fortement liées et qu'elle a déjà connu des résultats marquants, nous allons « examiner ces deux perspectives et leur relation dans la planification stratégique de la Chine en matière de communication interculturelle » (Jiang, 2016 : 95). Cette méthode de recherche correspond aux conseils du chercheur Yang Liu (2010 : 136), qui souligne :

Afin de construire une théorie chinoise de la communication interculturelle, il est conseillé de prendre la théorie de la communication comme base, d'intégrer les théories d'autres disciplines connexes, d'extraire l'essence de la culture chinoise traditionnelle, et de valider les hypothèses et les théories des doctrines de communication interculturelle existantes sur la base d'une expérience, d'une observation et d'une enquête à long terme, et de les compléter par des tests dans des contextes culturels spécifiques, de manière à établir un système indépendant de recherche théorique chinoise sur la communication interculturelle.

4.3.3. L'élaboration d'une théorie chinoise en communication interculturelle : un dialogue avec les théories occidentales

Comme déjà évoqué précédemment (chapitre 4 : 109), les pensées philosophiques chinoises anciennes sont riches en communication. Bien qu'il y ait une nature globalement conservatrice, il y a des discours spécifiques qui sont toujours pertinents aujourd'hui et qui sont donc capables, d'une part, d'inspirer les IC pour résoudre leurs problèmes communicationnels et, d'autre part, de compléter les théories de communication, y compris celles qui sont dominantes. Nous constatons par ailleurs que les théories de communication occidentales sont matures et que les théories chinoises sont en train de se construire grâce aux recherches menées principalement par les chercheurs chinois. De ce fait, nous allons analyser l'inspiration de ces discours pertinents pour résoudre les problèmes des IC en nous basant sur

le modèle de la communication des 5W de Harold Dwight Lasswell (Lasswell, 2006 : 216) : qui dit quoi, dans quel canal, à qui, avec quel effet.

a. Le sujet de communication

Dans un premier temps, les IC doivent clarifier leurs objectifs et leur orientation. Sinon, les controverses étrangères sur leur rôle réel continueront. En effet, les IC sont un des instituts les plus ambivalents de la Chine puisqu'ils n'ont pas clarifié ni leurs objectifs ni leurs activités sur le terrain (Sari, 2017 : 9). Confucius indique par une formule : « 名不正则言不顺, 言不顺则事不成⁸⁰ » que la première chose à faire lors de la communication est de clarifier ses objectifs. La traduction de cette formule dans la perspective de communication est : « Si l'objectif n'est pas correct, la communication ne sera pas en ordre, et si la communication n'est pas en ordre, rien ne sera accompli ». La clarification des objectifs est donc importante pour les IC.

Du point de vue confucéen, les IC, en transmettant la langue et la culture chinoises, doivent faire preuve d'une sincérité authentique. En effet, selon Peiren Shao et Jinyun Yao (2016), la dimension interne de la capacité à communiquer, dans la perspective du Confucianisme, se manifeste au travers du degré de « sincérité ». Cette sincérité, dans son expression la plus élevée, est qualifiée de « sincérité suprême ». Elle facilite non seulement la communication avec les individus, mais aussi avec le « Ciel » (Shao, Yao, 2016 : 209). Si chaque IC fait preuve d'une véritable sincérité dans la conception de ses activités, le public, en tant que destinataire de la communication, peut le ressentir et ainsi participer volontairement à ses activités en s'associant aux IC. Qian Yu (2010) confirme ce comportement du public face à un interlocuteur authentiquement sincère. En effet, un interlocuteur sincère a plus de chances d'être apprécié et de gagner la confiance du public, qui sera alors plus disposé à accepter ses points de vue et ses opinions (Yu, 2010 : 21-22). La sincérité, entendue comme l'authenticité et l'honnêteté dans les intentions et les actions, est donc un élément clé pour les IC dans la conception de leurs activités culturelles.

⁸⁰ Cette citation, 名不正则言不顺, 言不顺则事不成, qui signifie « si le nom n'est pas correct, alors les mots ne seront pas appropriés ; si les mots ne sont pas appropriés, alors les actions ne réussiront pas », est extraite des *Entretiens de Confucius* (en chinois : 论语, Lúnyǔ). Ce recueil de dialogues entre Confucius, un philosophe et penseur chinois qui a vécu durant la période des Printemps et Automnes (770-476 av. J.-C.), et ses disciples est une référence majeure dans la philosophie chinoise.

Outre une attitude sincère, les IC doivent respecter l'égalité dans leur communication. Ce principe est souligné par Mencius⁸¹ dans son oeuvre *Jin Xin Shang (Jusqu'au bout de l'esprit)*⁸² : « Si un homme pose une question en tant que noble, homme vertueux, homme âgé, homme de mérite, ou homme de cause, il n'aura pas de réponse ». Dans cette formule, le concept d'égalité que Mencius souligne a une double signification : d'une part, le sujet de communication ne doit pas se plier au goût du public et perdre sa dignité humaine. Bien au contraire, il doit maintenir l'intégrité professionnelle dans le processus de communication, condition préalable à une communication efficace. D'autre part, il doit également veiller à ne pas se placer au-dessus du public, comme si ce dernier le suppliait, ce qui ne manquera pas de susciter le ressentiment du public et ne sera pas propice à la communication (Xu, 2009 : 19).

b. L'objet de communication

Les IC ont pour mission de communiquer la langue et la culture chinoises à des publics étrangers répartis dans plus d'une centaine de pays et de régions (Zhang, Deng, 202 : 151). Leurs publics cibles sont donc diversifiés en termes de culture et de motivation. Par conséquent, avant de concevoir des activités de communication adaptées à chaque public, chaque IC doit identifier précisément son public cible. Gui Gu, stratège politique de l'Antiquité et maître de Sun Zi, a également souligné l'importance de cette identification dans son oeuvre *Gui Gu Zi*. Selon lui, lorsqu'on s'adresse aux sages, il est essentiel d'avoir des connaissances ; avec les maladroits, l'argumentation ; avec les débatteurs, la pertinence ; avec les nobles, l'autorité ; avec les riches, la supériorité ; avec les pauvres, l'avantage ; avec les humbles, l'humilité ; avec les courageux, l'audace ; avec les transgresseurs, la perspicacité. Si un IC souhaite réussir sa communication, de sorte que le public cible accepte son contenu, il ne peut évidemment pas utiliser les mêmes stratégies et méthodes de communication pour tous. Au contraire, il doit bien identifier son public cible en prenant en compte les éléments qui peuvent influencer cette communication.

Par ailleurs, pendant le processus d'identification de l'objet de communication dans le but de concevoir une activité bien adaptée, ce dernier possède la possibilité de se transformer en sujet de communication. Dans le cas de chaque IC, il est bien sûr le sujet de communication dans son activité. Cependant, au fur et à mesure, il change de rôle. Par exemple, quand il

⁸¹ Représentant du Confucianisme, héritier spirituel de Confucius.

⁸² Mencius. *Jin Xin Shang*[en ligne]. Pin Shiwen. Mis à jour le 12 février 2019 [consulté le 18 novembre 2021]. Disponible sur : <https://www.pinshiwen.com/wenfu/guwen/201902122677.html>.

analyse son public à l'étape de la conception d'une activité, il englobe tout ce qui concerne ce public : l'âge, le statut, la profession, le niveau d'éducation, l'orientation culturelle, la préférence de participation... De ce fait, ce public se transforme à ce stade en sujet de communication alors que l'IC devient son objet. Cette relation mutuelle reflète par ailleurs le Taoïsme. Elle fait d'abord écho au mouvement de « *Yin* » et « *Yang* » montrant l'équilibre dynamique entre les deux parties (Chen, 2004, cité par Shao, Yao, 2016 : 206). Par ailleurs, elle s'inspire de la théorie de Zhuang Zi⁸³ qui propose dans son œuvre *Qi Wu Lun* : Il n'y a rien qui ne soit pas l'autre côté, et rien qui ne soit pas ce côté. Si de l'autre côté, on ne voit pas, mais de ce côté, on le voit. C'est pourquoi on dit que l'autre côté sort de ce côté, et que ce côté est aussi dû à l'autre côté, et les deux côtés surgissent et existent ensemble. La compréhension de cette formule du point de vue des IC dans la perspective de communication est la suivante : chaque IC est à la fois le sujet et l'objet de communication. S'il veut concevoir une activité adaptée au public, il doit se mettre à la place et apprendre tout ce qui est en lien avec ce dernier. Dans ce cas, le public est non seulement son objet de communication, mais également son sujet. Sans l'un ou l'autre, la communication de la langue et la culture chinoises n'existent pas.

Cette transformation du rôle se manifeste également au niveau culturel. Selon Bo Shan (2011 : 103), la relation entre la culture chinoise et la culture étrangère n'est pas la relation entre le sujet de communication et son objet, mais tous les deux sont des sujets de symbiose d'une même communication. De ce fait, il faut non seulement que les IC ne se concentrent pas uniquement sur la communication de la culture chinoise mais ils doivent aussi laisser la possibilité à leur public de communiquer sa culture (Li, Xie, 2021 : 83), ce qui est essentiel pour mener une bonne communication dans laquelle le sujet et l'objet de communication sont un ensemble organiquement intégré et peuvent être transformés l'un dans l'autre.

c. Le contenu de communication

La Chine, avec sa longue histoire et sa vaste superficie géographique, possède une culture riche et diversifiée. Cela soulève la question suivante : quel contenu les IC devraient-ils privilégier pour leur communication ? Pour répondre à cette question, nous devons nous pencher sur le contenu de la communication des IC. Comme mentionné précédemment (chapitre 4 : 113-114), ce contenu doit répondre à trois critères : l'authenticité, la variété et la

⁸³ Zhuang Zi est héritier spirituel de Lao Zi, tous les deux sont représentants du Taoïsme.

compréhensibilité. Ainsi, les IC doivent respecter ces trois règles lorsqu'ils choisissent le contenu à communiquer.

Dans un premier temps, tout ce que les IC communiquent doit être authentique. C'est un point souligné par Sima Qian⁸⁴ qui indique dans son œuvre *les Archives du Grand Historien* que la promesse de mille hommes n'est pas aussi bonne que celle d'un seul savant. À l'ère de la communication interculturelle, les institutions culturelles, y compris les IC, doivent porter un jugement sobre sur la culture qu'ils promeuvent, s'attacher à révéler toutes les facettes de leur culture, respecter l'authenticité en concevant des activités et réaliser des évaluations responsables lors du déroulement de ces activités. La chose la plus importante qu'un communicateur puisse faire pour que ses points de vue et ses idées soient acceptables pour le récepteur est d'avoir quelque chose sur quoi baser sa communication, et non pas des paroles en l'air (Yu, 2010 : 21-22).

Dans un deuxième temps, pour diversifier et enrichir la communication des IC, il est nécessaire de prendre en compte le contexte culturel des pays hôtes. Cela implique de modifier le concept de base des IC, de s'adapter aux usages locaux, et de trouver un équilibre entre la préservation de l'identité chinoise et l'intégration de la culture locale. D'une part, il faut proposer du contenu moderne et pertinent qui réponde aux attentes culturelles de la communauté internationale. D'autre part, il faut contribuer à la production de nouveaux biens publics mondiaux qui reflètent la diversité culturelle. En d'autres termes, il ne s'agit pas seulement de diffuser la culture chinoise, mais aussi de dialoguer avec les cultures étrangères pour construire des valeurs partagées.

Finalement, le contenu de la communication doit être compréhensible. Pour cela, d'un côté, il doit être « facile et simple », une règle d'or de la communication qui est vue à jour en raison de l'importance accordée par les Chinois à la réception subjective. Selon *le Livre des Rites*⁸⁵, la grande musique doit être facile, et les grands rites doivent être simples (Shao, Yao, 2016 : 214). De plus, le communicateur doit accorder de l'importance à son propre contenu de communication et le respecter, afin de gagner en confiance et de pouvoir transmettre le contenu de manière claire, profonde, précise et complète au récepteur, dans le but d'obtenir un

⁸⁴ Sima Qian, historien de la dynastie Han (202 av. J.-C. - 220 ap. J.-C.), est célèbre pour son œuvre *Les Mémoires historiques* qui couvre l'histoire de la Chine.

⁸⁵ *Le Livre des Rites*, ou « *Li Ji* » en chinois, est un ouvrage classique qui contient des rituels, des règles de comportement et des normes sociales de l'ancienne Chine, faisant partie des Quatre Livres du confucianisme.

bon effet de communication (Yu, 2010 : 21). Ainsi, pour communiquer de manière précise et complète, si le communicateur n'est pas certain d'un élément dans sa communication, il doit l'admettre et proposer une réponse ultérieure. Sinon, le public risque d'entrer en confusion. D'un autre côté, le contenu doit également être en accord avec la culture du public cible et répondre à ses attentes.

d. Les moyens de communication

Lorsque le public est identifié et que le contenu de communication est déterminé, les IC doivent ensuite adopter les moyens de communication appropriés. Selon la philosophie chinoise traditionnelle, les moyens de communication doivent être les plus efficaces en fonction de l'époque. À son époque, Confucius a consacré une grande partie de sa vie à promouvoir ses idées en faisant du lobbying auprès des différentes nations existantes. En effet, selon lui, la communication verbale est plus efficace que celle par le biais des livres. Ainsi, il mettait l'accent sur l'importance de la communication orale et de la persuasion directe pour transmettre ses pensées et influencer les autres (Ma, 2009 : 151). Dans notre ère technologique, les IC doivent utiliser davantage l'Internet, notamment les réseaux sociaux, afin d'élargir leur public et de rendre la culture chinoise plus accessible.

De plus, la Chine est devenue un sujet très discuté sur les plates-formes en ligne internationales. Par conséquent, le nombre de discussions liées à la Chine a considérablement augmenté, comprenant à la fois des commentaires positifs et des opinions négatives. Malheureusement, certaines de ces opinions sont entachées de préjugés, de stéréotypes et de fausses informations sur la Chine. De plus, le modèle de recommandation d'informations des réseaux sociaux peut renforcer les biais dans la perception de l'image de la Chine (Yang, Li, 2019 : 160). Néanmoins, il ne faut pas mépriser les moyens de communication comme la télévision, la radio, la presse, l'affichage et le cinéma qui trouvent toujours une place dans un réseau de communication complet et efficace. En effet, Confucius était très conscient du rôle symbolique de l'image globale. Selon lui, les mains et les pieds d'une personne, ses vêtements, ses repas, sa résidence et ses pas transmettent tous un message et une idée au monde (Ma, 2009 : 150). Dans ce cas, tous les moyens de communication utilisés par les IC l'aident à communiquer sur la culture chinoise. Par ailleurs, Xun Zi donne un compte rendu perspicace de certaines des compétences que nous devrions avoir lorsque nous communiquons (Yu, 2010 : 18). D'après lui, l'art de parler est d'être réservé et digne, d'être sincère, d'être

fort et ferme, d'être métaphorique, d'être clair, d'être heureux, d'être précieux, d'être chéri, d'être précieux et d'être divin. Si tel est le cas, les IC doivent traiter le public avec sérieux et dignité, avec intégrité et sincérité, les aider avec de fortes convictions, les éclairer avec des paraboles, leur faire-comprendre par l'analyse et la comparaison, leur transmettre des connaissances avec enthousiasme et gentillesse, et les garder, les chérir et les valoriser⁸⁶.

e. Les conditions de la communication

Quand tout est prêt, il faut attendre le bon moment, soit la meilleure situation du temps et de l'espace pour commencer la communication. Le « temps » est un élément important à considérer dans les activités de communication humaine. Pour les Chinois, le fait de ne pas reconnaître le changement du temps dans la communication entrave la réalisation de l'harmonie et conduira par conséquent à l'échec de la communication. « L'emplacement » est le facteur spatial dans les activités de communication humaine, y compris le contexte social et l'environnement de communication (Chen, 2004, cité par Zhao, 2010 : 25). Autrement dit, il faut que les activités des IC sortent des établissements d'enseignement et entrent dans les communes. En effet, la participation à des activités communautaires locales, des activités caritatives locales et des activités d'entraide locales peut non seulement aider les IC à s'intégrer dans la communauté locale, mais aussi à attirer l'attention des médias locaux (Wu, 2009 : 145).

Dans le cadre de communication interculturelle, il est logique pour les IC de s'appuyer sur les théories occidentales de la communication. En même temps, en tant qu'institutions culturelles valorisant la langue et la culture chinoises, ils doivent également s'inspirer de la théorie chinoise de la communication qui s'est créée à la base des pensées philosophiques chinoises anciennes afin de résoudre leurs problèmes.

Conclusion du chapitre 4

Ce chapitre a exploré en détail la communication interculturelle dans toutes ses dimensions. Nous avons examiné les principales théories et approches qui servent de fondement à ce domaine, en accordant une attention particulière aux perspectives classiques, chinoises et françaises.

⁸⁶ Xun Zi, philosophe chinois de la période des Royaumes combattants (3ème siècle avant notre ère), présente sa pensée dans son œuvre *Xun Zi-Fei Xiang*.

Il convient de noter que nous n'avons pas abordé en détail la théorie de la communication politique et territoriale, ni celle de la communication organisationnelle, bien que ces deux théories puissent apporter des éclairages intéressants pour comprendre la communication des IC. Notre objectif principal était de nous concentrer sur la communication interculturelle afin de fournir une compréhension approfondie de la communication des IC, en espérant qu'elle contribuera à une meilleure compréhension des interactions et des échanges entre les cultures, et qu'elle encouragera la promotion d'un dialogue interculturel épanouissant et respectueux de la diversité.



CHAPITRE 5 : L'EXCEPTIONNALITÉ DE LA CULTURE CHINOISE



Introduction du chapitre 5

Dans ce chapitre, nous allons explorer le concept d'une culture exceptionnelle, en mettant l'accent sur les aspects uniques et remarquables des cultures chinoises, de leur patrimoine et de leur impact sur le monde. Ce chapitre se compose de trois sections pour examiner les différentes facettes de cette culture exceptionnelle.

La section 5.1 traitera de la culture, en se concentrant sur les différentes cultures chinoises, leur signification et la coexistence de ces cultures. Nous examinerons comment les cultures chinoises se sont développées et évoluées au fil du temps, ainsi que l'interaction entre elles et avec d'autres cultures.

La section 5.2 abordera le patrimoine, en passant du concept de « patrimoine » au « PCI ». Nous explorerons les différentes catégories du patrimoine culturel et discuterons des chevauchements entre la culture et le patrimoine. Cette section mettra en lumière l'importance de préserver et de valoriser le patrimoine culturel matériel et immatériel pour les générations futures.

Enfin, la section 5.3 se penchera sur le patrimoine chinois, en examinant le patrimoine matériel et culturel chinois, ainsi que le PCI chinois. Nous aborderons les divers aspects du patrimoine chinois, tels que l'architecture, les arts, la littérature et les pratiques culturelles, qui témoignent de la richesse et de la diversité de la culture chinoise.

À travers ce chapitre, nous cherchons à offrir une compréhension approfondie de la culture exceptionnelle chinoise, en explorant les différentes théories et concepts qui sous-tendent ce domaine. Nous espérons que cette exploration contribuera à une meilleure appréciation de l'importance et de la valeur de cette culture unique, ainsi qu'à une compréhension plus approfondie des liens entre la culture, le patrimoine et l'identité.

5.1. La multiplicité de la culture chinoise

La culture n'a pas de définition précise et chacun peut avoir une compréhension différente de ce concept. Pour Xu Lin, « la culture est, à proprement parler, la compréhension progressive de la Chine par les étrangers grâce aux pratiques des IC⁸⁷ ».

La culture est un élément essentiel du dialogue entre les nations. Elle permet de renforcer les liens d'amitié, de respect et de confiance entre les peuples. Elle contribue également à promouvoir la diversité culturelle, le dialogue interculturel et le respect des droits humains. La Chine et la France ont une richesse culturelle exceptionnelle, reflétant leur histoire, leur patrimoine et leur créativité. Les deux pays ont à cœur de préserver et de valoriser leur culture, ainsi que de la faire connaître et apprécier par le monde.

5.1.1. Les diverses facettes de la culture chinoise

Nous pouvons parler de la culture chinoise ou des cultures chinoises. Ces deux termes ne s'opposent pas. Selon Bo Wang (2007), « la formation de la structure culturelle chinoise est à la fois unifiée et diversifiée. La clé de cette formation est la façon de penser harmonieuse mais différente⁸⁸ ».

Si nous partons du point de vue « harmonieux », la culture chinoise regroupe toutes les cultures présentes au fil de sa longue histoire longue et sur son vaste territoire mais si nous partons du point de vue « différent », toutes les différentes cultures composent la culture chinoise. Autrement dit, la culture chinoise n'est pas une seule culture mais un ensemble de cultures. Nous pouvons donc parler des cultures chinoises pour trois raisons.

Dans un premier temps, la Chine dispose de la diversité et de la richesse des arts et des pratiques culturelles émergeant au fil de son histoire de plus de deux mille ans. L'art chinois englobe toutes les formes d'art pratiquées en Chine et dans sa diaspora à travers le monde. La Chine est reconnue mondialement pour ses contributions dans divers domaines tels que la médecine traditionnelle, le thé, la calligraphie et les arts martiaux. En outre, comme la culture chinoise est basée sur le chinois, une langue de haute contexte, il existe certains aspects

⁸⁷ Entretien de Xu Lin sur le journal Global Time. Consulté le 12 novembre 2022. Disponible sur : <http://www.chinaqw.com/hwjy/hjxw/200712/05/97817.shtml>.

⁸⁸ Wang Bo. *Zhong Guo Wen Hua De Yi Ti He Duo Yuan (L'unité et la diversité de la culture chinoise)* [en ligne]. Forum du Peuple. Publié le 04 août 2007 [consulté le 20 avril 2023]. Disponible sur : <http://www.rmlt.com.cn/2017/0804/488077.shtml>.

cachés ou latents. Enfin, toutes les ethnies contribuent à façonner la culture chinoise. La diversité culturelle chinoise est donc le reflet de sa complexité historique, géographique et ethnique. Ainsi, en utilisant le pluriel « des cultures chinoises », nous mettons l'accent sur la multiplicité des facettes de sa culture, incluant des influences variées et des pratiques artistiques et culturelles distinctes.

Afin d'analyser le contenu des activités culturelles des IC, nous allons essayer de catégoriser la culture chinoise. Il est difficile de la classer en catégories précises en raison de sa complexité et de sa diversité, mais nous pouvons néanmoins aborder quelques aspects clés.

a. Du confucianisme au taoïsme et au bouddhisme : un panorama

Le confucianisme, le taoïsme et le bouddhisme sont les trois courants philosophiques et religieux majeurs qui ont influencé la culture chinoise. Chacun de ceux-ci a apporté ses propres idées et pratiques, contribuant à la richesse et à la diversité de la culture chinoise. Ils ont joué un rôle important dans sa formation au fil des siècles.

Le confucianisme est une philosophie morale et éthique basée sur les enseignements de Confucius. Il met l'accent sur des valeurs telles que le respect des anciens, la piété filiale, l'harmonie sociale et la justice. Le confucianisme prône également l'éducation et l'auto-amélioration comme moyens d'atteindre le bien-être individuel et social. Ces valeurs ont influencé la structure sociale en Chine, en particulier les relations familiales et les interactions sociales. Cette philosophie a influencé le système éducatif chinois et a encouragé l'apprentissage et le développement personnel. En outre, le confucianisme a également influencé la gouvernance en Chine en promouvant des idéaux tels que la vertu et la sagesse dans le leadership.

Le confucianisme a été introduit comme doctrine d'État sous la dynastie *Han* et est resté une force dominante dans la société chinoise jusqu'à la fondation de la République de Chine en 1911. Malgré les changements politiques et sociaux au cours des siècles, le confucianisme a continué à exercer une influence sur la société chinoise. Même pendant la révolution culturelle, lorsque le confucianisme a été critiqué, il est resté ancré dans la conscience collective des Chinois.

Il est vrai que le confucianisme a façonné de nombreux aspects de la société chinoise et les objectifs et les pratiques des IC en mettant l'accent sur les valeurs morales et sociales. Cependant, le taoïsme sur l'harmonie avec la nature et le bouddhisme sur la compassion et l'éveil spirituel ont également façonné la pensée, les croyances et les pratiques des Chinois. Bien que portant le nom de Confucius, les IC n'ont pas pour mission de faire connaître la pensée du philosophe⁸⁹. Du point de vue communicationnel, les IC sont un vecteur important pour diffuser la culture chinoise à l'étranger (Ye, 2021 : 30). La culture valorisée à l'étranger est seulement un aperçu des cultures chinoises. Il est donc important d'intégrer le taoïsme et le bouddhisme dans les activités culturelles des IC puisqu'ils sont censées promouvoir la culture chinoise. Pour ce faire, plusieurs éléments clés doivent être pris en considération. Tout d'abord, il est essentiel de comprendre les fondements du taoïsme et du bouddhisme, qui représentent respectivement un des trois piliers de la pensée chinoise et une tradition venue de l'Inde qui s'est intégrée à la culture chinoise.

De plus, l'organisation d'événements éducatifs et culturels axés sur le taoïsme et le bouddhisme est une étape importante. Comme l'a fait le Centre Culturel de Chine à Paris⁹⁰, les IC pourraient également proposer des conférences, des ateliers de méditation, des cours de calligraphie et d'art bouddhiste et taoïste, entre autres activités. Enfin, la collaboration avec des institutions et des experts locaux, tels que des temples bouddhistes et taoïstes, des centres culturels et des universités, permettrait de créer des partenariats solides et d'encourager un échange culturel approfondi.

En somme, l'intégration du taoïsme et du bouddhisme dans les activités culturelles des IC permettrait d'offrir une perspective plus complète et nuancée de la riche tradition culturelle chinoise, favorisant ainsi le dialogue interculturel et la compréhension mutuelle.

b. De la tradition à la modernité : une évolution culturelle

Comme évoqué précédemment dans l'introduction, la plupart des IC en France proposent des activités culturelles liées à la culture chinoise traditionnelle. Lorsque nous parlons de la

⁸⁹ Nashidil R. *Instituts Confucius : La langue et la culture comme outils de l'influence de la Chine dans le monde* [en ligne], Encyclopédie d'histoire numérique de l'Europe. Mis en ligne le 23 juin 2020 [consulté le 13 avril 2023]. Disponible sur : <https://ehne.fr/fr/node/14358>.

⁹⁰ Le Centre Culturel de Chine à Paris a organisé diverses activités pour communiquer la culture bouddhiste, y compris des conférences et des ateliers de méditation. Consulté le 14 novembre 2023. Disponible sur : <https://www.ccc-paris.org/>.

communication de la culture chinoise des IC, les Français pensent souvent d'abord à la culture traditionnelle.

Ying Wu (2009 : 142) réfléchit sur la question de savoir quelle est la culture chinoise que les IC doivent communiquer au monde, et comment le faire efficacement. Elle soutient que les IC devraient se concentrer sur la culture chinoise traditionnelle, en particulier sur la pensée confucéenne qui a une valeur universelle et une signification moderne. Dans un premier temps, cela peut être bénéfique, mais avec le développement rapide de la mondialisation et les besoins du public en constante évolution, des chercheurs chinois notent qu'il est également nécessaire pour les IC d'évoluer. Par exemple, Ping Cui et Mai Yu (2019 : 109) critiquent la pratique des IC de se concentrer sur la culture chinoise traditionnelle et de négliger les aspects modernes et contemporains de la culture chinoise. Ces réflexions soulèvent des questions importantes sur la manière dont nous abordons la communication interculturelle et l'importance d'équilibrer la tradition avec l'adaptation aux réalités actuelles. Il est essentiel que les IC restent sensibles aux besoins changeants du public et s'efforcent de présenter une image complète et dynamique de la culture chinoise.

Bien que les actuelles activités culturelles aient déjà développé un modèle communicationnel mature et aient obtenu de bons résultats, les IC devraient également prêter attention à la culture moderne et contemporaine pour répondre aux besoins des différents publics. Les Français allant des jeunes élèves aux retraités s'intéressent également à la culture moderne de la Chine. L'investissement dans des activités culturelles modernes devrait donc être augmenté. Certaines activités liées à la culture chinoise moderne et contemporaine devraient être proposées pour répondre à ces besoins. Il est important de trouver un équilibre entre la communication de la culture traditionnelle et moderne dans les IC en France (Cui, Yu, 2019 : 111).

En définitive, concernant les questions relatives à la communication culturelle, il est impératif d'abandonner les conceptions obsolètes amalgamant le présent et l'ancien, et de ne pas considérer la culture chinoise comme un ensemble figé et immuable. Bien que les IC soient orientés à communiquer la culture chinoise traditionnelle, il est nécessaire pour eux d'adapter la pensée confucéenne à la modernité et à la diversité culturelle (Wu, 2009 : 141). La compréhension de la culture traditionnelle ne doit pas non plus être entachée de biais. Les organisateurs responsables des activités culturelles des IC doivent adopter une perspective

mature, plutôt que de se laisser emporter par des idées populaires et d'aborder la culture chinoise de manière superficielle. En réalité, les interactions avec les participants donnent lieu à de multiples confrontations culturelles. Il est essentiel de bien synthétiser et de réfléchir afin de déterminer le contenu culturel le plus adapté à présenter aux participants. Par ailleurs, il convient également de construire une position culturelle mature et rationnelle au cours de ce processus. C'est uniquement en suivant cette voie qu'ils pourront devenir des communicateurs culturels accomplis.

c. De la culture *Han* aux cultures minoritaires : un mélange

La culture chinoise, riche et variée, s'est développée au fil d'une longue histoire et ne se limite pas à la seule culture de l'ethnie *Han*. Elle englobe également de nombreuses autres cultures issues des diverses ethnies présentes sur le territoire chinois. En effet, la Chine compte 56 ethnies officiellement reconnues, dont les Hans, les Zhuangs, les Huis, les Tibétains, les Mongols... Ainsi, les IC ont la responsabilité de prendre en compte cette diversité lors de la conception de leurs activités culturelles, afin de répondre aux intérêts variés des participants français.

Pour mettre en valeur la diversité des cultures chinoises, les IC pourraient élaborer des programmes mettant en lumière les traditions, les coutumes, et les arts propres à chaque ethnie. Cela pourrait inclure l'organisation d'expositions artistiques, d'ateliers de danse et de musique traditionnelle, ainsi que des cours de cuisine et de calligraphie représentant les différentes cultures ethniques. Un exemple concret d'une telle activité est l'exposition Dongba du 18 janvier au 05 avril 2020 qui présentait la culture des Naxi, une des 56 minorités ethniques reconnues par la Chine, au travers de leurs écritures pictographiques et de leurs expressions artistiques contemporaines. Cette exposition organisée par l'ICCA en partenariat avec le Musée des Arts asiatiques de Nice⁹¹ a présenté un panorama complet de la culture Dongba grâce à une collection de manuscrits, de peintures sacrées, de costumes et d'instruments de la culture divinatoire dongba jusqu'aux plus importants pionniers de la création contemporaine de style Dongba, permettant ainsi la découverte de la diversité des cultures chinoises.

⁹¹ Programme disponible en ligne. Consulté le 25 avril 2023. Disponible sur : <https://maa.departement06.fr/documents/Usine/musee-arts-asiatiques/visitevirtuelle2.pdf>.

De plus, les IC pourraient favoriser les échanges entre les communautés ethniques et les participants français, en invitant des artistes, des écrivains et des experts issus de diverses ethnies à partager leurs connaissances et leurs expériences. Cela permettrait de promouvoir un dialogue interculturel et d'enrichir la compréhension mutuelle entre les différentes cultures chinoises et les participants français. En outre, les IC pourraient s'associer à des institutions culturelles et académiques locales pour organiser des conférences et des séminaires sur l'histoire, la littérature et la philosophie des différentes ethnies chinoises. Ces collaborations permettraient de renforcer les liens entre les cultures et d'accroître la visibilité des différentes traditions ethniques présentes en Chine.

En intégrant la diversité des cultures chinoises dans la conception des activités des IC, ces institutions pourront offrir une vision plus complète et nuancée de la riche tradition culturelle chinoise, tout en répondant aux intérêts divers des participants français et en encourageant le dialogue interculturel et la compréhension mutuelle.

5.1.2. La signification des cultures chinoises

La culture chinoise est importante non seulement pour les Chinois mais également pour tout le monde sur la planète. Selon Arnold Joseph Toynbee, historien britannique renommé, la solution aux problèmes de l'humanité réside dans la culture chinoise⁹². Toynbee a exprimé une perspective unique sur la Chine, mettant en avant la valeur de la pensée confucéenne et la signification universelle de la culture traditionnelle chinoise. Il a souligné que l'équilibre entre tradition et adaptation aux réalités actuelles était essentiel pour façonner un avenir prometteur (Shanben, 2018). À part des points communs avec les autres cultures, la culture chinoise a des particularités. En effet, l'identité de la culture chinoise réside dans sa possibilité de résoudre les problèmes pour l'humanité d'aujourd'hui : les problèmes physiques et mentaux de l'homme, les problèmes entre les hommes (Xianlin Ji, 2016) ainsi que les problèmes entre l'homme et la nature. Cette identité est le résultat de sa recherche de la vérité depuis des milliers d'années.

L'importance de la communication interculturelle de la culture chinoise se manifeste par l'intermédiaire de deux aspects. D'un côté, il est urgent pour la Chine de montrer au monde

⁹² Francis P. Sempa. *How a British Historian and Hungarian Writer Predicted the Soviet Fall and China's Rise* [en ligne]. The Diplomat. Mis en ligne le 27 janvier 2018 [consulté le 13 avril 2023]. Disponible sur : <https://thediplomat.com/2018/01/how-a-british-historian-and-hungarian-writer-predicted-the-soviet-fall-and-chinas-rise/>.

son image elle-même. En effet, à la fin du XX^e siècle, la Chine était un pays défavorisé et sa priorité était alors de développer l'économie, ainsi elle avait pour objectif de développer vigoureusement son économie et son commerce afin de renforcer les échanges économiques avec tous les pays alors que les échanges culturels à cette époque ne trouvaient pas une place importante. Après le développement d'une quarantaine d'années avec la mise en place de la politique « Réforme économique chinoise », le commerce chinois s'est mondialisé et, est devenu une des plus grandes économies du monde. Cependant, de nombreux étrangers avaient une image stéréotypée de la Chine. En effet, la plupart des étrangers demeurent encore sur l'impression ancienne de la Chine sous la dynastie des *Qing*, la dernière dynastie impériale chinoise.

D'un autre côté, la notion du *soft power* a été contextualisée en Chine en tant que *soft power* culturel à la fin de la première décennie du XXI^e siècle. À cette époque, la Chine était confrontée à des problèmes internationaux et nationaux. Bien que la Chine était vue comme une puissance montante qui menace les pays occidentaux depuis qu'elle est devenue la deuxième puissance économique, il restait encore beaucoup de problèmes intérieurs et extérieurs à résoudre. C'était une situation défavorable pour le développement de la Chine. Le *soft power* culturel ayant la possibilité de résoudre ces problèmes a donc occupé une place importante dans la construction de la puissance nationale globale chinoise.

En même temps, les cultures chinoises peuvent offrir des ressources et des idées pour résoudre les problèmes mondiaux grâce à leur riche héritage historique et culturel et à leur expérience dans la gestion des défis économiques et environnementaux. Par exemple, la médecine traditionnelle chinoise pourrait apporter des solutions alternatives et complémentaires à la médecine occidentale pour traiter certaines maladies ou affections. De plus, les solutions développées en Chine pour relever les défis environnementaux et énergétiques pourraient être pertinentes pour d'autres pays confrontés à des problèmes similaires. Par ailleurs, la littérature, l'art, la musique, le cinéma et d'autres modèles culturels chinois mettent en avant des valeurs telles que la paix, la coopération, le progrès gagnant-gagnant, la tolérance, l'intégrité et la protection de l'environnement. Ces valeurs

peuvent démontrer comment la sagesse orientale ancienne pourrait résoudre des problèmes mondiaux tels que le terrorisme et la pollution⁹³.

En outre, la culture chinoise et le patrimoine chinois sont également des sources d'inspiration et d'innovation pour le développement économique, social et culturel de la Chine et du monde. La préservation et la promotion de la culture chinoise et du patrimoine chinois sont des responsabilités partagées par tous les citoyens chinois et les amis de la Chine. Comme l'a souligné Juwen Zhang (2017 : 213), la vitalité de la culture chinoise réside dans ce mécanisme « de guérison de soi », qui est basé sur une cosmologie polythéiste et des valeurs éthiques inclusives. Cela démontre l'importance de préserver et de promouvoir le patrimoine culturel pour maintenir la vitalité et la diversité de la culture chinoise. Les IC ont la responsabilité et se sont engagés à jouer un rôle important dans la préservation et la communication du patrimoine chinois. Ils doivent s'efforcer de remplir cette mission en utilisant leur expertise pour protéger et promouvoir les richesses culturelles, en travaillant en collaboration avec les communautés locales et en utilisant des technologies innovantes pour améliorer la communication de l'information.

Dans cette situation internationale compliquée, la manière de diffuser efficacement la culture chinoise, de présenter au monde une Chine réelle et d'améliorer le *soft power* culturel chinois est devenue une garantie importante pour promouvoir son développement. C'est dans ce contexte que les IC sont nés pour répondre à ces besoins tout en promouvant la langue et la culture chinoises dans le monde entier. Depuis leur création, les IC ont toujours joué un rôle clé dans l'enseignement du chinois et la communication de la culture chinoise dans différents pays du monde. Ils sont également chargés de raconter l'histoire de la Chine, de transmettre sa voix, de démontrer sa mobilité et sa créativité et de rapprocher les publics étrangers par un destin commun pour l'humanité *via* des échanges culturels. De manière plus appropriée, les IC jouent un rôle de porte-parole de la Chine et de sa culture auprès des publics étrangers. De plus en plus d'étrangers désirent apprendre le chinois et sa culture au travers des IC qui leur servent de fenêtres, sans jamais avoir à quitter leurs pays, sans jamais avoir à poser le pied sur le sol chinois, afin de se constituer une image plus réelle et plus vivante de la Chine dans un

⁹³ Hu Y. *Explaining Chinese culture "going global"* [en ligne]. China Internet Information Center. Publié le 23 juillet 2015 [consulté le 6 avril 2023]. Disponibilité sur : http://www.china.org.cn/opinion/2015-07/23/content_36130122_2.htm.

processus constant de compréhension et d'abandonner ainsi les malentendus et les interprétations erronées qu'ils avaient sur la Chine.

Il est important de souligner que la Chine a toujours adopté une attitude ouverte et inclusive envers d'autres cultures, démontrant ainsi sa volonté d'apprendre des autres peuples et d'échanger des idées avec eux. Cette attitude inclusive a permis à la Chine d'absorber des influences culturelles provenant de pays étrangers et de les adapter à sa propre culture. De plus, la Chine a également joué un rôle essentiel dans la communication de sa culture à travers le monde. Un exemple éloquent est l'attrait exercé par les produits artisanaux chinois en Europe au XVIII^e siècle. Cette attitude ouverte a favorisé l'enrichissement mutuel des cultures, encourageant ainsi un dialogue interculturel dynamique et constructif.

5.1.3. La coexistence des cultures

La mondialisation économique a rapidement détruit les caractéristiques locales et fermées, permettant non seulement aux commerçants voyageurs, mais aussi à toutes les personnes immergées dans la civilisation moderne d'exhiber davantage de caractéristiques interculturelles (Shan, 2004 : 3). Cette mondialisation culturelle est un phénomène complexe dans lequel la fusion et le choc des civilisations coexistent. Ce domaine de recherche, connu sous le nom d'interculturalité est relativement nouveau, mais en pleine expansion (Lefebvre, 2017 : 7).

Selon Kymlicka Will (2010 : 99-100), il est important de noter que la culture ne doit pas être utilisée comme un outil d'hégémonie. Cela n'a jamais été l'objectif de la Chine. Si nous dépassons la vision étatique, les civilisations ne sont pas opposées les unes aux autres. Elles font partie d'un ensemble qui possède les attributs de l'expérience, de la diversité et de la possibilité. Les enjeux essentiels de les faire coexister sont de trouver des moyens pour surmonter les obstacles et atteindre finalement une communication interculturelle dynamique. Il est nécessaire d'établir un système complet de communication et d'éthique interculturelles pour surmonter les obstacles tels que le centralisme national, les préjugés, la discrimination et les stéréotypes (Shan, 2004 : 3). Cela impliquerait de respecter la diversité culturelle, de promouvoir l'ouverture et le renouvellement culturels, de résister à l'homogénéité culturelle, d'encourager le partage des informations et des valeurs entre les régions culturelles, de résister à la domination impérialiste et de protéger la valeur du multiculturalisme. Ce faisant,

la communication interculturelle peut être basée sur une dépendance mutuelle, le respect et la communication réciproque, créant une structure multipolaire et diversifiée .

Le choc des civilisations, une notion proposée par Samuel P. Huntington dans son livre *The Clash of Civilizations and the Remaking of World Order* (1996) est une phase normale avant leur coexistence. Il est vrai que les cultures et les traditions locales étaient menacées par la mondialisation et l'homogénéisation culturelle (Appadurai, 1996 : 23). Cependant, cette coexistence selon nous ne consiste pas à éliminer les civilisations, mais plutôt à les faire coexister dans le but de profiter au maximum de l'expérience. Des raisons nous soutiennent. D'une part, la mondialisation a créé de nouvelles formes de flux culturels transcendant les frontières nationales et remodelant les identités locales. Ces flux sont en constante interaction et créent de nouvelles formes d'imagination et d'aspiration qui façonnent la vie moderne (Appadurai, 1996 : 44). D'une autre part, une fusion complète de deux cultures n'est pas possible (Bhabha, 1994 : 113). Les parties qui fusionnent ou coexistent plutôt sont celles qui ont des points communs. Un exemple de cette fusion naturelle peut être observé dans les mariages chinois. La mariée prépare deux tenues pour cette importante journée : une robe blanche pour la cérémonie et une robe rouge pour le repas. Le blanc représente la pureté tandis que le rouge crée une atmosphère festive. Ces deux cultures fusionnent naturellement lors d'une journée importante pour les jeunes mariés entrant avec ces symboles de bonheur dans une nouvelle phase de leur vie.

Pour améliorer les interactions culturelles et encourager une communication multidirectionnelle, il est essentiel de reconnaître que chaque pays a la possibilité de communiquer avec les autres. Il ne s'agit pas seulement d'un seul pays qui communique, mais de tous les pays qui ont la capacité de s'engager dans des échanges culturels. Il est important de promouvoir l'échange d'idées et d'expériences entre les différentes cultures et de favoriser une communication ouverte et équilibrée. Cette approche permet à chaque pays de partager sa propre culture tout en apprenant des autres. En créant un environnement propice à une communication multidirectionnelle, nous pouvons favoriser une meilleure compréhension mutuelle, une acceptation des différences culturelles et un enrichissement réciproque.

Cette théorie de coexistence motive l'évolution de la notion de patrimoine qui s'est élargie pour inclure non seulement les biens matériels, mais aussi les traditions, les pratiques et les expressions culturelles immatérielles (Kurin, 2004 : 69).

Le peuple chinois n'a pas dans son sang les gènes de l'agression ou de la domination du monde, et n'accepte pas la logique selon laquelle un pays fort doit nécessairement dominer les autres. Il est important de traiter de manière rationnelle les différences entre la civilisation de son propre pays et celles des autres civilisations. Il est important de reconnaître que chaque pays et chaque nation a une civilisation unique, et de s'efforcer de trouver des points communs tout en respectant les différences, d'apprendre des forces des autres et de ne pas attaquer ou dénigrer les autres civilisations (Dai, 2020 : 76).

Xi Jinping a déclaré, lors de la cérémonie d'ouverture de la conférence annuelle des IC en octobre 2015, que « le meilleur des cultures chinoise et britannique avait une merveilleuse “réaction chimique” sur la façon de penser et de vivre des deux peuples⁹⁴ ». La mondialisation a contribué à un rapprochement des cultures et des peuples, favorisant les échanges et les interactions interculturelles. Dans ce contexte, les IC ont pour mission de diffuser la culture chinoise dans le monde entier, tout en favorisant les échanges interculturels entre la Chine et les autres pays. Cette mission soulève des questions sur la coexistence culturelle, c'est-à-dire la manière dont les différentes cultures peuvent coexister et interagir de manière harmonieuse et bénéfique. Dans cette partie, nous allons examiner la coexistence culturelle dans le contexte des IC, en nous intéressant aux opportunités présentes dans ce domaine.

« Le développement des Instituts est basé sur la longue période, le *Hanban* et les Instituts ayant planifié des programmes de moyen et long terme, avec un objectif de développement durable permettant aux différentes cultures de se comprendre et de dialoguer entre elles » (Dorbaire, Chen, Chen, 2012 : 280). Les activités culturelles des IC en France contribuent positivement à la coexistence culturelle en permettant aux Français de se familiariser avec la culture chinoise et d'apprendre à apprécier les valeurs, les traditions et les pratiques qui la caractérisent. En même temps, les IC favorisent le dialogue et la compréhension mutuelle entre les peuples français et chinois, ce qui peut aider à réduire les préjugés et les stéréotypes culturels.

La coexistence culturelle est un enjeu important dans le contexte de la mondialisation et des échanges interculturels. Dans le contexte des IC, la coexistence culturelle peut offrir des opportunités importantes pour la communication de la culture chinoise en France. Selon Bo

⁹⁴ China Embassy. *Xi Jinping assiste à la cérémonie d'ouverture de la conférence annuelle des Instituts Confucius et des salles de classe Confucius du Royaume-Uni* [en ligne]. Publié le 23 octobre 2015 [consulté le 14 octobre 2022]. Disponible sur : http://se.china-embassy.gov.cn/wjdzts/201510/t20151023_2916056.htm.

Shan (2004), pour surmonter les obstacles à la communication interculturelle tels que le centralisme national, le stéréotype, le préjugé et la discrimination, il est important de promouvoir un régime complet de communication et d'éthique interculturelle. Cela implique de respecter la personnalité culturelle des individus et les caractéristiques interculturelles, de stimuler l'ouverture culturelle, le renouvellement et la diversité illimités des modes d'expression culturelle, de résister à l'homogénéité culturelle, d'encourager le partage des informations et des valeurs entre les régions culturelles, de résister au pouvoir dominant impérialiste et de protéger la valeur de la multiculturalité. En d'autres termes, pour surmonter ces obstacles, il est important de promouvoir une communication interculturelle respectueuse, ouverte et diversifiée, accueillant la coexistence culturelle (Shan, 2004 : 5).

5.2. Le concept de patrimoine

La notion de patrimoine a connu une évolution remarquable, se métamorphosant au travers des diverses phases. Initialement centrée sur le patrimoine matériel, elle s'est progressivement élargie pour englober le patrimoine culturel et le patrimoine naturel. Chaque catégorie peut avoir des sous-catégories. Par exemple, le patrimoine culturel comprend le PCI, qui est le patrimoine valorisé le plus par les IC. Cette évolution du concept de patrimoine reflète notre compréhension croissante de la diversité et de la richesse des héritages humains, qu'ils soient matériels, culturels ou naturels.

5.2.1. Du « patrimoine » au patrimoine culturel immatériel

Le patrimoine matériel, première étape de cette évolution, se réfère principalement aux éléments tangibles tels que les édifices, les monuments et les œuvres d'art. Ces éléments sont généralement préservés en raison de leur valeur historique et culturelle inestimable. Ensuite, la notion de patrimoine s'est étendue pour inclure le patrimoine culturel. Celui-ci englobe non seulement les aspects matériels, mais aussi les aspects immatériels de la culture. Il s'agit notamment des coutumes, des traditions et des pratiques sociales qui façonnent et reflètent l'identité d'une communauté. Enfin, le concept de patrimoine a évolué pour embrasser le patrimoine naturel. Ce dernier se réfère aux espaces naturels, aux paysages, à la biodiversité et aux écosystèmes. Ces éléments sont conservés non seulement pour leur valeur écologique intrinsèque, mais aussi pour leur importance dans la préservation de la nature. Ainsi, la notion de patrimoine a évolué pour devenir un concept multidimensionnel, englobant les aspects matériels, culturels et naturels de notre monde (Le Hégarat, 2015).

La théorie classique du patrimoine se concentre principalement sur les biens matériels et leur valeur monétaire (Lowenthal, 1985 : 83). Selon Françoise Choay (2009 : 194), la signification originale du mot « patrimoine » est « bien d'héritage qui descend, suivant les lois, des pères et mères à leurs enfants ». Cependant, le mot a pris de nouvelles significations par transfert métaphorique, avec l'ajout de divers adjectifs tels que « génétique », « naturel » et « bancaire ». Cela suggère que le concept de patrimoine a dépassé sa signification originale de propriété héritée pour inclure d'autres formes d'héritage. Au début, il est défini comme l'ensemble des biens et des obligations appartenant à une personne et évaluable en argent (Hobsbawm, Ranger, 1983 : 10). Actuellement, il est défini comme un ensemble de biens, matériels ou immatériels, qui permettent d'établir un lien entre les générations passées et futures. Le patrimoine est donc issu d'un héritage et est le produit de l'histoire d'un territoire ou d'un groupe social (Vernieres, 2015 : 7). En d'autres termes, le patrimoine représente les traces du passé qui ont été transmises au travers des générations et qui continuent d'être préservées pour les générations futures. Ces traces peuvent être des objets physiques tels que des bâtiments, des monuments ou des artefacts, mais elles peuvent également être des éléments non physiques tels que des traditions, des coutumes ou des connaissances. La notion de patrimoine s'est donc élargie.

En 2003, l'UNESCO a adopté la Convention⁹⁵ pour la sauvegarde du PCI, qui reconnaît l'importance des traditions et des expressions culturelles vivantes et encourage leur préservation et leur transmission. Le PCI comprend des pratiques, des représentations, des expressions, des connaissances et des compétences transmises de génération en génération et qui sont considérées comme faisant partie du patrimoine culturel d'une communauté. Cette convention a contribué à élargir la compréhension du patrimoine et à mettre en avant l'importance de la diversité culturelle.

Un exemple du PCI est le repas gastronomique français, inscrit en 2010 sur la liste représentative du PCI de l'humanité. Le repas gastronomique français est décrit comme « une pratique sociale coutumière destinée à célébrer les moments les plus importants de la vie des individus et des groupes, tels que naissances, mariages, anniversaires, succès ».

⁹⁵ Texte de la Convention pour la sauvegarde du patrimoine culturel immatériel. UNESCO. Consulté le 26 avril 2023. Disponible sur : <https://ich.unesco.org/fr/convention>.

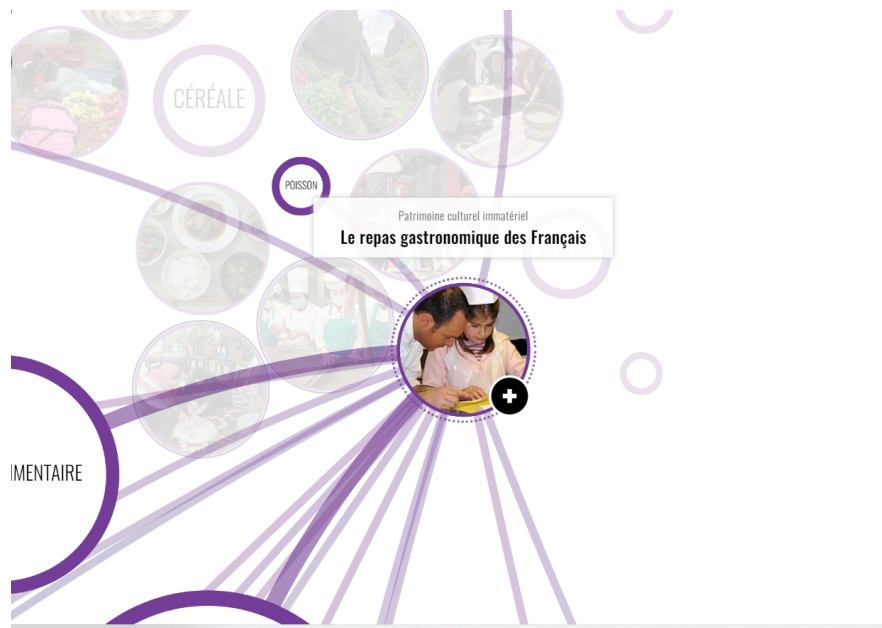


Figure 5.1 : Présentation du repas gastronomique des Français sur le site de l'UNESCO⁹⁶
(Créée le 26 avril 2023 par Xue Han)

L'évolution de la notion de patrimoine reflète la prise de conscience croissante de la diversité et de la richesse des cultures mondiales, ainsi que la nécessité de préserver et de valoriser ces expressions culturelles pour les générations futures. Le PCI, en particulier, met en évidence l'importance des pratiques et des savoir-faire façonnant l'identité et le mode de vie des communautés et qui, sans une attention et une protection appropriées, peuvent disparaître avec le temps.

5.2.2. Les différentes catégories du patrimoine culturel

Aujourd'hui, le patrimoine culturel est considéré comme un ensemble complexe de biens matériels et immatériels qui reflètent l'histoire, la culture et les valeurs d'une communauté (Harrison, 2013 : 5-6). Autrement dit, le patrimoine culturel constitue un legs inestimable, transmis de génération en génération, qui englobe des éléments à la fois matériels et immatériels. Ces derniers sont le reflet de l'identité et de l'histoire d'une société. Selon l'UNESCO⁹⁷, le patrimoine culturel comprend des artefacts, des monuments, un ensemble de bâtiments et de sites, ainsi que des musées qui possèdent une diversité de valeurs symboliques, historiques, artistiques, esthétiques, ethnologiques ou anthropologiques, scientifiques et sociales.

⁹⁶ Présentation du repas gastronomique des Français sur le site de l'UNESCO. Consulté le 26 avril 2023. Disponible sur : <https://ich.unesco.org/fr/plongez>.

⁹⁷ Définition du patrimoine culturel sur le site de l'UNESCO. Consulté le 26 avril 2023. Disponible sur : <https://uis.unesco.org/en/glossary-term/cultural-heritage>.

Cette définition du patrimoine culturel donnée par l'UNESCO, dans son sens le plus large, englobe à la fois les éléments matériels et immatériels qui ont une importance culturelle pour une communauté ou une société. Le PCI représente la partie vivante de ce patrimoine. Il comprend les traditions orales, les arts du spectacle, les pratiques sociales, les rituels, les événements festifs, les connaissances et pratiques concernant la nature et l'univers, ainsi que les savoir-faire liés à l'artisanat traditionnel⁹⁸. Ces éléments immatériels sont transmis de génération en génération, évoluant avec le temps tout en conservant un lien continu avec le passé. C'est la raison pour laquelle le PCI est particulièrement important car il contribue à la diversité culturelle face à la mondialisation croissante et joue un rôle important dans le dialogue interculturel, favorisant le respect mutuel pour d'autres modes de vie. L'importance du PCI ne réside pas seulement dans les manifestations culturelles elles-mêmes, mais plutôt dans la richesse des connaissances et des compétences qui sont transmises à travers lui de génération en génération. Ce processus de préservation et de transmission du patrimoine culturel pour les générations futures est le processus de patrimonialisation. Ce processus est un néologisme décrivant l'ensemble des événements impliquant divers acteurs qui transforment un objet, quel qu'il soit, en patrimoine (Davallon, 2006 : 155).

Le PCI a ses caractéristiques spécifiques. En effet, il est dynamique et évolue constamment, reflétant l'identité des communautés à travers le monde. Il est inclusif, représentatif et ne donne pas lieu à des questions de spécificité culturelle. Il contribue à la cohésion sociale, encourageant un sentiment d'identité et de responsabilité qui aide les individus à se sentir partie prenante d'une ou de plusieurs communautés et de la société dans son ensemble. Il est ainsi pertinent pour les institutions linguistico-culturelles telles que les IC des les valoriser davantage. Le patrimoine et la patrimonialisation constituent un « écosystème » qui englobe les éléments matériels et immatériels, les acteurs impliqués, ainsi que les processus de transformation, de préservation et de transmission des biens et des valeurs (Jedy, 2015 : 177). La sauvegarde du PCI est donc essentielle pour maintenir notre patrimoine culturel vivant et pertinent pour les générations futures, tout en respectant la diversité des expressions culturelles à travers le monde.

⁹⁸ Définition du patrimoine culturel immatériel sur le site de l'UNESCO. Consulté le 26 avril 2023. Disponible sur : <https://ich.unesco.org/en/what-is-intangible-heritage-00003>.

5.2.3. La culture et le patrimoine : une intersection conceptuelle

La culture et le patrimoine sont étroitement liés mais présentent des aspects distincts. Comme l'a dit l'anthropologue américain Clifford Geertz (Geertz, 1973 : 5), « la culture est la toile de significations dans laquelle l'homme est suspendu ». Elle est un ensemble de connaissances, de compétences, de règles et de normes propres à une société. Elle est transmise, reproduite et évolue de génération en génération et, est apprise au sein de la communauté. Le patrimoine, quant à lui, comprend les biens culturels, immobiliers ou mobiliers, ayant un intérêt historique, artistique, archéologique, esthétique, scientifique ou technique. C'est un bien collectif, produit d'une histoire et reconnu socialement, qui est conservé et transmis aux générations futures (Vernieres, 2015 : 7).

Les deux concepts se chevauchent dans la mesure où le patrimoine est un élément essentiel de la culture et témoigne de l'identité culturelle d'une communauté. Comme l'a dit l'historien David Lowenthal (1985 : 109) : « Le passé est un pays étranger ; ils font les choses différemment là-bas ». Par exemple, la conservation-restauration du patrimoine vise à assurer la transmission des biens culturels aux générations futures.

En somme, la culture et le patrimoine sont deux concepts qui se chevauchent et interagissent mais présentent chacun des caractéristiques distinctes. Ensemble, ils contribuent à l'identité, à la mémoire et à la transmission des valeurs d'une communauté.

5.3. Les divers aspects du patrimoine chinois

Avant de parler de ou de penser à une communication sur ou pour la culture chinoise, « il faut les caractériser dans et avec leurs spécificité surtout patrimoniales » (El Gaiied, Meyer, 2014 : 6-7). La culture chinoise et le patrimoine chinois sont en effet des éléments essentiels de l'identité et de la diversité du peuple chinois. Comme le souligne Xiaofeng Wang⁹⁹ dans un article en ligne (2023), « l'héritage culturel immatériel de la Chine est une partie importante de notre culture traditionnelle exceptionnelle et sert de témoignage à la continuité de la civilisation chinoise¹⁰⁰ ». La Chine possède une histoire riche et variée qui se reflète dans ses

⁹⁹ Wang Xiaofeng est membre du Groupe dirigeant du PCC du Ministère de la Culture et du Tourisme et président de l'Association chinoise pour la protection du patrimoine culturel immatériel.

¹⁰⁰ Xiaofeng Wang. *Intangible cultural heritage promotes global cultural diversity and vibrancy* [En ligne]. CGTN. Publié le 19 juin 2023 [consulté le 17 septembre 2023]. Disponible sur : <https://news.cgtn.com/news/2023-06-15/Significance-of-intangible-cultural-heritage-to-Chinese-civilization-1kDmOCagfwA/index.html>.

traditions, ses arts, sa littérature, sa philosophie, sa religion, sa cuisine et bien d'autres aspects de sa vie quotidienne. Un exemple frappant est le patrimoine culturel dans les *qiaoxiang* chinois, qui est construit là où les cultures chinoises et étrangères se rassemblent, reliant les Chinois d'outre-mer à leur pays d'origine (Jiang, 2022 : 1).

5.3.1. Le patrimoine matériel chinois

Le patrimoine matériel chinois est riche et diversifié, représentant des éléments tangibles qui ont une signification culturelle, historique, artistique ou archéologique profonde. Parmi les exemples les plus emblématiques figurent la Grande Muraille de Chine et la Cité Interdite, qui témoignent de l'ingéniosité et de la persévérance humaines au travers des âges (Naquin, 2004 : 353 ; Storozum, Li, 2020 : 282). La Grande Muraille de Chine, l'une des merveilles architecturales du monde, est non seulement une structure défensive impressionnante, mais aussi un symbole de l'histoire et de la culture chinoises. De même, la Cité Interdite, autrefois résidence des empereurs chinois, est un chef-d'œuvre architectural qui reflète la grandeur de la civilisation chinoise.

Outre ces monuments imposants, le patrimoine matériel chinois englobe également une vaste gamme d'objets d'art, d'archives et d'objets archéologiques. Les bronzes de la dynastie *Shang*, célèbres pour leurs motifs complexes et leurs inscriptions, témoignent de la sophistication artistique et de l'importance rituelle de l'époque. Les peintures sur soie de la dynastie *Tang* capturent la beauté et l'élégance de cette période florissante de l'histoire chinoise. De plus, des instruments de musique tels que la cithare chinoise *Qin* (Durier *et al.*, 2021 : 2) nous transportent à travers le temps et nous permettent de comprendre la musique et les arts de des époques anciennes.

Ainsi, le patrimoine matériel chinois est un trésor précieux qui raconte l'histoire fascinante et la culture riche de la Chine. Ces artefacts et monuments sont bien plus que de simples objets ; ils sont des témoignages vivants de la créativité, de la sagesse et de la longue histoire de cette civilisation extraordinaire.

5.3.2. Le patrimoine culturel chinois

Le patrimoine culturel chinois, riche et diversifié, est le reflet d'une civilisation qui s'étire sur plusieurs millénaires, marquée par une succession de dynasties historiques notables telles que

les dynasties *Xia*, *Shang* et *Zhou*¹⁰¹. Étant l'une des plus anciennes entités géopolitiques existantes, la Chine offre un panorama culturel d'une immense complexité, illustrant une évolution et une continuité culturelles qui captivent les chercheurs et les historiens du monde entier.

Dans le cadre du PCI et matériel que la Chine héberge, l'UNESCO a distingué 57 sites chinois qui figurent dans sa liste du patrimoine mondial, mettant ainsi en exergue la contribution significative du pays au patrimoine mondial. Ces 57 emblèmes de richesse culturelle se décomposent en 38 sites culturels¹⁰², offrant une multitude de merveilles architecturales et historiques qui fascinent tant les habitants locaux que les visiteurs étrangers. Parmi ces sites figurent des merveilles architecturales telles que la Grande Muraille, le Palais d'Été et le Temple du Ciel à Beijing. Il existe également des sites historiques tels que les grottes de *Mogao* et les grottes de *Longmen*.

5.3.3. Le patrimoine culturel immatériel chinois

Le PCI englobe en effet une riche diversité de pratiques, de représentations, d'expressions, de connaissances et de compétences transmises de génération en génération au sein de la communauté. Comme le soulignent Qiang Dang et ses collègues (Dang *et al.*, 2021 : 17), le développement et l'utilisation du PCI est devenu un sujet de recherche de plus en plus important. Le PCI chinois est un trésor inestimable qui reflète la richesse et la diversité de la civilisation chinoise. Il se compose de cinq domaines principaux.

a. Les traditions orales et expressions

Les traditions orales et les expressions verbales représentent des vecteurs indispensables pour la transmission intergénérationnelle des valeurs, des idées, des émotions et du savoir au sein de la communauté. Ce domaine englobe diverses formes d'expressions, y compris la poésie classique chinoise — qui adhère à des règles rigoureuses de rimes et de tonalités —, les proverbes empreints de sagesse transmise sous une forme concise, ainsi que les histoires populaires, souvent ancrées dans le fictif ou le légendaire. Ces moyens d'expression occupent une place centrale dans la préservation et la communication du PCI chinois, en incarnant la profondeur et la diversité de la culture chinoise au fil des générations.

¹⁰¹ *Xia*, *Shang* et *Zhou* étaient trois dynasties successives qui ont gouverné l'ancienne Chine.

¹⁰² Biens inscrits de la Chine sur la liste du patrimoine mondial. Consulté le 26 avril 2023. Disponible sur : <https://whc.unesco.org/fr/etatsparties/cn>.

À cet égard, la poésie classique chinoise s'inscrit en pole position parmi les activités culturelles proposées par les IC. Illustrant cela, l'ICCA a récemment mis en place une initiative. En collaboration avec le Centre Culturel de Chine à Paris, l'ICCA a organisé un concours majeur de poésie chinoise en trois vers pour le printemps 2022. Ce concours, centré autour du thème évocateur du « Printemps », a été ouvert à tous les poètes d'expression chinoise résidant sur le territoire français. Le concours a rencontré un grand succès et deux participants ont remporté un prix pour leur contribution exceptionnelle. Le poème gagnant d'un participant se trouve dans l'annexe. Cette initiative témoigne de l'engagement des IC à valoriser et promouvoir la culture chinoise en France, en encourageant la participation et la créativité des artistes locaux.

b. Les arts du spectacle

Les arts du spectacle sont des formes d'expression artistique qui reposent sur le mouvement, le son, le chant, le dialogue et le costume. Ils incluent l'opéra de Pékin, un genre théâtral qui combine musique, chant, danse, acrobatie et mime, la danse du lion, une danse rituelle exécutée lors des festivités pour apporter chance et prospérité, ainsi que la musique traditionnelle chinoise, qui utilise des instruments à cordes, à vent et à percussion. Ces formes d'expression artistique sont essentielles pour la préservation et la transmission du PCI chinois. Elles reflètent la richesse et la diversité de la culture chinoise au travers des générations.

L'association Vent d'Orient Vent d'Occident, qui travaille en étroite collaboration avec l'ICUPC, a favorisé les échanges musicaux entre l'Europe et l'Asie. Depuis sa création en 2019 à Paris¹⁰³, l'association Vent d'Orient Vent d'Occident œuvre activement à la valorisation et à la promotion des échanges musicaux entre l'Europe et l'Asie. Cette mission, dont l'objectif central est de créer un pont culturel entre ces deux régions du monde, met en exergue le PCI asiatique, et plus particulièrement chinois, en le présentant au public européen. Dans cette optique, l'association a créé le quatuor « Vent des cordes », une formation musicale biculturelle composée de musiciens français et chinois. Ce groupe s'est spécialisé dans la création de nouveaux contenus artistiques en combinant les éléments exceptionnels de la musique traditionnelle chinoise et de la musique classique occidentale. Leur approche unique fusionne ces deux traditions musicales pour offrir des expériences uniques et

¹⁰³ Page Facebook de l'association. Consulté le 17 septembre 2023. Disponible sur : <https://www.facebook.com/ventdoriantventdoccident.vovo/>.

novatrices. Par exemple, leur démarche symbolisée par l'harmonie des instruments représentatifs de chaque culture explique bien ce point : le *yangqin* et le *pipa*, d'une part, et le violoncelle et la flûte traversière, d'autre part. Ces nouveaux contenus pourraient être définis comme patrimoine mondial, non seulement parce qu'ils sont créés avec les différentes cultures, mais aussi parce qu'ils sont fortement appréciés par tous les spectateurs de différentes nationalités.

L'ICUPC joue un rôle important dans la mise en lumière du travail de l'association et, plus généralement, dans la valorisation du PCI chinois en Europe. En invitant le quatuor « Vent des cordes » à se produire lors d'un concert du printemps en mars 2023¹⁰⁴, l'ICUPC a mis en avant cette initiative artistique innovante qui vise à tisser des liens entre les cultures au travers de la musique. Ce concert a d'ailleurs rencontré un succès en réunissant plus de 80 spectateurs, dont des étudiants et des professeurs de l'université, mais aussi des mélomanes venus de divers horizons, manifestant ainsi l'intérêt grandissant pour ce type d'échanges interculturels.

En établissant une collaboration avec l'association Vent d'Orient Vent d'Occident, l'ICUPC démontre son engagement à être une plate-forme dynamique et engagée pour la communication et la reconnaissance du patrimoine culturel chinois au sein de l'espace français. Cette collaboration illustre parfaitement comment les IC peuvent servir de catalyseurs dans la promotion du PCI, en facilitant des échanges artistiques.

c. Les pratiques sociales, rituels et événements festifs

Les pratiques sociales, les rituels et les événements festifs sont des piliers du PCI chinois, mettant en lumière une riche tapisserie de traditions ancrées profondément dans la vie quotidienne, les croyances religieuses, et les occasions spéciales. Celles-ci s'illustrent majestueusement au travers des événements d'envergure comme le Nouvel An chinois, un rendez-vous incontournable dans le calendrier lunaire chinois, vivement célébré avec des feux d'artifice, la distribution d'enveloppes rouges symbolisant les vœux de prospérité et les repas en famille qui renforcent les liens communautaires. De plus, la fête des lanternes, qui intervient le quinzième jour du premier mois lunaire, convie les gens à s'émerveiller devant des lanternes et à savourer des boulettes de riz, tandis que la fête de la mi-automne offre une

¹⁰⁴ Présentation de l'activité sur le site ICUPC. consulté le 17 septembre 2023. Disponible sur : <http://confucius.univ-paris7.fr/2023/03/22/vent-des-cordes-le-concert-du-printemps/>.

occasion unique de contemplation de la pleine lune, un moment enrichi par la dégustation des gâteaux de lune.

Dans ce contexte festif et riche en traditions, les IC du monde entier s'investissent activement dans la valorisation et la célébration du patrimoine chinois. Ils prennent des initiatives pour orchestrer divers événements, notamment des festivités grandioses autour du Nouvel An chinois, où un éventail d'activités, de la danse du dragon à des performances vocales en chinois, est proposé au public. Un témoignage de cet engagement est l'activité « Nice baie des lumières », mise en place par l'entreprise ADR en partenariat avec l'ICCA et la Ville de Nice.

Selon un employé impliqué dans l'organisation, cet événement a enregistré un afflux massif de plus de 100,000 visiteurs, témoignant de l'impact significatif et de la résonance profonde de ces initiatives culturelles. Il est à noter que la pandémie de Covid-19 n'a pas empêché l'ICCA; bien au contraire, elle s'est réinventée en transposant la célébration du Nouvel An chinois dans un format en ligne, une initiative qui a été saluée par les participants. De plus, le festival « Nice, baie des lumières » a mis en avant les lanternes chinoises traditionnelles, en transformant la Côte d'Azur et le Parc Phoenix en un véritable havre de lumières du 29 novembre 2019 au 23 février 2020¹⁰⁵. Ainsi, au travers de la démarche inclusive et collaborative, les IC affirment leur rôle dans la promotion et la préservation du PCI chinois, contribuant à un échange culturel enrichissant et à la création de liens interculturels forts.

d. Les connaissances et pratiques concernant la nature et l'univers

Ces formes de savoir-faire sont issues d'une combinaison d'observations, d'expériences et de théories. Elles comprennent la médecine traditionnelle chinoise, qui est un système de diagnostic et de traitement basé sur l'équilibre du *yin* et du *yang* et des cinq éléments, le *fengshui*, qui est un art d'harmoniser l'environnement avec les forces cosmiques et les besoins humains, et l'astronomie chinoise, qui est une science ancienne qui étudie les phénomènes célestes et leurs influences sur la terre.

Les IC proposent des ateliers de *Taiji* et des conférences sur la médecine chinoise, qui abordent notamment le concept de l'équilibre du *yin* et du *yang* dans le corps humain. Ces ateliers et conférences permettent aux participants de découvrir les principes fondamentaux de

¹⁰⁵ Présentation de l'activité sur le site de la ville de Nice, un des partenaires de l'activité. Consulté le 23 avril 2020. Disponible sur : <https://www.nice.fr/fr/l-agenda/nice-baie-des-lumieres?type=events>.

la médecine traditionnelle chinoise et de mieux comprendre les avantages de cette pratique pour la santé et le bien-être. Ces initiatives permettent aux participants de découvrir la richesse de la culture chinoise et de mieux comprendre les liens entre la nature, l'univers et l'être humain.

e. Les savoir-faire liés à l'artisanat traditionnel

Le PCI chinois englobe une riche diversité de savoir-faire liés à l'artisanat traditionnel. Ces compétences mettent en avant une maîtrise technique exceptionnelle et une sensibilité esthétique profondément enracinée dans l'histoire. Elles englobent des disciplines aussi variées que la calligraphie, une pratique qui transcende l'art d'écrire pour atteindre une forme d'expression artistique profonde, utilisant pinceau et encre pour donner vie à des caractères chinois. Elles s'étendent également au domaine de la sériciculture, un processus laborieux et méticuleux englobant l'élevage de vers à soie, ainsi que le filage et le tissage des précieuses fibres produites, donnant naissance à des étoffes d'une rare finesse. L'artisanat de la porcelaine, fabriquée à partir d'une argile blanche spécifique, produit des pièces translucides d'une grande finesse qui sont des merveilles de l'art céramique.

Les IC se positionnent en tant que promoteurs de ce patrimoine, mettant en œuvre une stratégie globale pour sa promotion et sa préservation aux échelles nationale et internationale. En effet, ils orchestrent avec brio toute une panoplie d'initiatives englobant aussi bien les enseignements spécialisés, tels que les cours de calligraphie chez la plupart des IC, que la mise en place d'ateliers dédiés à la cuisine chinoise ou encore au découpage artistique. Plus encore, les IC s'attachent à construire des ponts entre les cultures, initiant des échanges fertiles au travers des offres diversifiées englobant des cours de langue, des conférences éclairantes sur l'histoire et la civilisation chinoises et des projections de films. Au travers de ces plates-formes d'échange et de découverte, les IC nourrissent une ambition noble : celle d'enrichir la compréhension mutuelle et de tisser des liens plus profonds et harmonieux entre la Chine et le monde, tout en perpétuant l'éclat et la vitalité du patrimoine chinois, et en le rendant accessible à tous, toutes générations et tous horizons.

Pour résumer, la protection et la communication du PCI chinois sont au cœur des missions des IC. Nous constatons que les IC accordent une grande importance à la valorisation du PCI chinois. Cependant, afin d'assurer une compréhension plus approfondie de la culture chinoise,

qui englobe tous les types de patrimoines, il est important pour les IC d'élargir leur contenu de communication et de sensibiliser le grand public à l'importance de la culture chinoise. En promouvant le dialogue interculturel, les IC peuvent contribuer à renforcer les liens entre les cultures et à favoriser une meilleure compréhension mutuelle. En tant qu'acteurs clés dans ce domaine, les IC doivent mettre en place des stratégies efficaces pour atteindre ces objectifs et assurer la préservation et la transmission du patrimoine chinois pour les générations futures.

Conclusion du chapitre 5

Dans ce chapitre consacré à l'exploration du concept d'une culture exceptionnelle, nous avons mis l'accent sur les aspects uniques et remarquables des cultures chinoises, de leur patrimoine et de leur impact sur le monde. Au travers de ces trois sections, nous avons examiné les différentes facettes de cette culture exceptionnelle, de la synergie entre le confucianisme, le taoïsme et le bouddhisme, à l'évolution de la tradition vers la modernité, révélant un paysage culturel fascinant.

Nous avons aussi approfondi la signification de ces cultures, leur coexistence pacifique, et le concept de patrimoine culturel qui les soutient. En examinant les différentes facettes du patrimoine chinois, nous avons pris conscience de la valeur importante de cet héritage, en particulier le PCI qui inclut des traditions orales, des arts du spectacle, des pratiques sociales, et des connaissances ancestrales sur la nature, entre autres. Ces éléments forment l'essence de l'identité chinoise et illustrent la profondeur de son héritage culturel, soulignant la nécessité d'une reconnaissance et d'une préservation attentives pour les générations à venir. Il est indispensable de sauvegarder et de valoriser cette culture exceptionnelle, non seulement comme un trésor pour la Chine, mais aussi comme un patrimoine précieux pour le monde entier.



**CHAPITRE 6 : LA FRANCE, UN PIONNIER DANS LA VALORISATION DU
PATRIMOINE**



Introduction du chapitre 6

La communication de la culture des IC en France exige « une capacité à maîtriser les styles et les codes propres » (Meier, 2019 : 202) à la culture française afin de réussir les activités culturelles. C'est la raison pour laquelle nous étudions dans ce chapitre, comment la France, en tant que pays culturellement riche, s'engage activement dans la préservation et la promotion de son patrimoine ainsi que dans l'accueil et la participation aux activités culturelles internationales.

Ce chapitre est divisé en deux sections. La section 6.1 se concentrera sur la culture française, sa valorisation et les institutions culturelles françaises et étrangères qui contribuent à cette dynamique. La section 6.2 abordera la participation des Français aux activités culturelles locales, internationales et spécifiquement chinoises, témoignant de leur ouverture d'esprit et de leur engagement pour une diversité culturelle.

6.1. Un pays d'accueil culturellement riche

La France est non seulement reconnue pour sa riche histoire culturelle et sa contribution majeure à divers domaines artistiques, intellectuels et scientifiques mais également pour son peuple d'une vision profonde, d'une ouverture d'esprit et d'une volonté de participer à diverses activités culturelles allant des activités culturelles françaises aux activités culturelles étrangères.

6.1.1. La valorisation de la culture française

La France est un pays au patrimoine culturel et historique foisonnant, source de fierté pour les Français. La culture française, riche et diversifiée, exerce une influence mondiale notable. Les musées, les festivals, la restauration des monuments historiques et bien d'autres initiatives illustrent l'engagement des Français en faveur de la préservation et de la valorisation de leur héritage culturel unique. Cette culture, qui se nourrit d'un riche passé et de la diversité des influences, offre un panorama pour l'ensemble de la population, ainsi que pour les visiteurs du monde entier, qui y trouvent un trésor artistique et intellectuel.

Les valeurs fondamentales de la République française, à savoir la Liberté, l'Égalité et la Fraternité, trouvent leur origine dans le siècle des Lumières et ont été invoquées pour la

première fois au cours de la Révolution française en 1789. Consacrées dans la Constitution de 1958, ces valeurs demeurent ancrées dans la culture française contemporaine.

La langue française, quant à elle, a joué un rôle déterminant dans la construction de la culture française. Elle est un trésor commun à tous les Français (Rey, Duval, Siouffi, 2013). Parmi les langues les plus parlées dans le monde, le français est la langue officielle de nombreux pays. Les influences provenant d'autres cultures ont également participé à façonner l'évolution de la culture française. Ainsi, face à la mondialisation, la France cherche à préserver les richesses de sa culture et à maintenir son identité culturelle singulière. Dans son livre intitulé *Combat pour le français : Au nom de la diversité des langues et des cultures*, Claude Hagège (2006 : 233) souligne que la langue française est un élément clé de l'identité nationale française.

La valorisation de l'art et de l'histoire constitue un pilier central de la culture française. Les musées jouent un rôle majeur dans la conservation de l'art et de l'histoire pour les générations futures. Le Louvre, un des musées les plus prestigieux au monde, illustre parfaitement les efforts français pour préserver leur patrimoine culturel, abritant une collection exceptionnelle de plus de 35,000 œuvres d'art, dont la célèbre Joconde.

Les festivals et les événements culturels sont également des éléments clés pour promouvoir la culture française. Ils mettent en lumière diverses expressions artistiques, telles que la musique, le cinéma et la gastronomie. Le Festival de Cannes est un exemple emblématique d'événement attirant des visiteurs du monde entier, y compris les touristes chinois pour visiter la France où ils ont une expérience culturellement riche et authentique. De son côté, le Festival d'Avignon est un rendez-vous majeur du théâtre contemporain, rassemblant des artistes internationaux pour des représentations de haut niveau.

La restauration des monuments historiques est une autre manière essentielle par laquelle les Français préservent leur patrimoine culturel. Les châteaux, les églises et les cathédrales, dont la restauration est menée avec soin, protègent leur beauté et leur authenticité. La cathédrale Notre-Dame de Paris, ayant subi un incendie tragique en 2019, est en cours de reconstruction. Cette initiative témoigne de la détermination des Français à préserver leur patrimoine culturel.

Il est intéressant de constater que la gastronomie française est la facette de la culture française la plus appréciée par les Chinois. En effet, la cuisine française est souvent perçue en Chine

comme un symbole de prestige et d'excellence. À Shanghai, par exemple, elle bénéficie d'une image de marque forte et est largement mise en avant dans les médias (Thery, 2015 : 42). Les mets traditionnels français, les pâtisseries et le vin jouissent d'une popularité particulière parmi les Chinois. De plus, avec l'essor de la classe moyenne chinoise, la demande pour des expériences culinaires authentiques et de haute qualité ne cesse de croître. De nombreux chefs et entrepreneurs français en Chine attestent de cet engouement grandissant pour la cuisine française¹⁰⁶. Les touristes chinois, quant à eux, sont de plus en plus en quête d'expériences culinaires authentiques lors de leurs séjours en France¹⁰⁷. En résumé, la culture française, et plus particulièrement la gastronomie française, occupe une place significative dans le paysage culinaire chinois et continue de gagner en popularité.

6.1.2. Les institutions culturelles françaises

Les institutions culturelles françaises jouent un rôle important dans la communication et la promotion de la culture en France. Elles comprennent des établissements publics et privés opérant dans divers domaines tels que le spectacle vivant, le cinéma, le patrimoine, l'art contemporain, la lecture publique et les archives. Leur mission consiste à s'adresser à tous les publics, à lutter contre les inégalités territoriales et sociales en matière d'accès à la culture et à valoriser le patrimoine culturel français.

La France est un pays accordant une grande importance à sa culture et son patrimoine. Les institutions culturelles en France sont donc nombreuses et diverses, avec des musées, des bibliothèques, des théâtres, des opéras, des festivals et bien plus encore. Le tableau ci-dessous montre les institutions culturelles françaises les plus importantes.

Institutions culturelles françaises	Exemples
Les musées	Le Louvre Le Musée d'Orsay Le Centre Pompidou Le Musée Picasso Le Musée du quai Branly Le Musée Guimet
Les bibliothèques	La bibliothèque nationale de France
Les théâtres	L'Opéra de Paris La Comédie-Française

¹⁰⁶ Agro alimentaire en Chine. *La Nourriture en Chine : Une aubaine pour la cuisine française* [en ligne]. Publié le 16 mai 2023 [consulté le 11 juin 2023]. Disponible sur : <https://marketing-chine.com/la-nourriture-en-chine>.

¹⁰⁷ Le Quotidien du Peuple. *Enquête : la cuisine chinoise au 2ème rang préférée par les Français* [en ligne]. Le Quotidien du Peuple. Publié le 9 octobre 2016 [consulté le 11 juin 2023]. Disponible sur : <http://french.peopledaily.com.cn/Culture/n3/2016/1009/c31358-9124350.html>.

Les opéras	L'Opéra national de Paris L'Opéra de Lyon L'Opéra de Bordeaux
Les festivals	Le Festival de Cannes (cinéma) Le Festival d'Avignon (théâtre)

Tableau 6.1 : Les institutions culturelles françaises les plus importantes
(Créé le 05 août 2022 par Xue Han)

Le réseau culturel français à l'étranger est également dense, avec 96 Instituts français et plus de 800 Alliances françaises, qui contribuent à promouvoir la langue et la culture françaises dans le monde. Enfin, de nombreuses institutions nationales permettent aux Français d'apprécier des œuvres de différentes cultures, comme le Musée du monde arabe, le Musée des arts africains et océaniques, le Musée Guimet et le Musée des arts asiatiques de Nice, pour n'en nommer que quelques-uns.

En somme, les institutions culturelles françaises sont nombreuses et diverses, témoignant de l'importance accordée à la culture et au patrimoine en France et à l'étranger. Ces institutions sont accessibles à tous, qu'ils soient citoyens français ou visiteurs étrangers, et sont un reflet de la richesse culturelle de la France.

6.1.3. Les institutions culturelles étrangères en France

La France accueille chaleureusement de nombreuses institutions culturelles étrangères, contribuant au rayonnement de leur pays d'origine et au dialogue interculturel. La diversité et la richesse de la culture française permettent à la France d'ouvrir grand ses bras aux institutions culturelles étrangères et à leurs activités culturelles sur son territoire. Elle offre un environnement propice à la coopération, à la création et à la communication de différentes cultures.

En effet, plusieurs initiatives visent à promouvoir les échanges culturels entre la France et d'autres pays. Par exemple, les instituts culturels franco-allemands illustrent la coopération culturelle entre ces deux nations. Un premier institut culturel intégré a été inauguré à Palerme en Sicile en 2021, et des autres devraient rejoindre le réseau d'action culturelle et de coopération de la France¹⁰⁸. Ces instituts proposent une variété d'activités culturelles

¹⁰⁸ France Diplomatie. *Les instituts culturels franco-allemands : une illustration de la coopération culturelle entre la France et l'Allemagne* [en ligne]. Consulté le 11 juin 2023. Disponible sur : <https://www.diplomatie.gouv.fr/fr/dossiers-pays/allemande/relation-bilaterales/le-traite-d-aix-la-chapelle-sur-la-cooperation-et-l-integration-franco/article/les-instituts-culturels-franco-allemands-une-illustration-de-la-cooperation>.

conjointes entre partenaires français et allemands sur un même site. Ils bénéficient du soutien des autorités françaises, qui reconnaissent leur rôle important dans le développement des relations culturelles internationales. La France est ainsi un pays d'accueil culturellement riche pour les institutions culturelles étrangères, qui peuvent y trouver des partenaires, des publics et des ressources pour mener à bien leurs projets.

Outre les instituts culturels franco-allemands, de nombreuses autres initiatives de coopération culturelle existent en France. Par exemple, l'Institut du Monde Arabe (IMA) à Paris est un exemple emblématique de coopération culturelle entre la France et le monde arabe. L'IMA organise régulièrement des expositions, des concerts, des conférences et des débats pour promouvoir la culture arabe en France et favoriser le dialogue interculturel entre les deux régions¹⁰⁹.

La France accueille également de nombreux festivals et événements culturels internationaux, contribuant à la diversité culturelle et artistique du pays. Par exemple, le Festival d'Automne à Paris présente chaque année des productions artistiques contemporaines provenant de différents pays, tandis que le Festival de la bande dessinée d'Angoulême est une vitrine pour la bande dessinée internationale.

L'engagement de la France dans la promotion de la diversité culturelle et le soutien aux institutions culturelles étrangères témoignent de son attachement à la coopération internationale et au respect mutuel entre les cultures. Cet engagement se reflète également dans les politiques publiques, les programmes d'éducation et les initiatives de la société civile, qui visent à encourager les échanges et les partenariats culturels au travers des frontières. Parmi ces initiatives, on trouve également des programmes d'échanges universitaires et de recherche, tels que le programme Erasmus+, permettant aux étudiants et aux chercheurs de différents pays de se rendre en France pour étudier, travailler et collaborer avec leurs homologues français. Ces programmes renforcent les liens entre les cultures et contribuent à la communication des connaissances et des compétences à travers le monde.

De plus, la France soutient activement la préservation du patrimoine culturel mondial au travers de son engagement dans des organisations internationales telles que l'UNESCO. La France compte un grand nombre de sites classés au patrimoine mondial de l'UNESCO, reflétant ainsi son riche héritage culturel et historique. En collaborant avec d'autres pays et

¹⁰⁹ Site officiel de l'Institut du Monde Arabe. Consulté le 3 mai 2023. Disponible sur : <https://www.imarabe.org/fr>.

organisations, la France contribue à la protection et à la valorisation des sites culturels et naturels d'importance universelle.

Dans un monde de plus en plus globalisé, la France continue de jouer un rôle majeur dans la promotion du dialogue interculturel et la valorisation de la diversité culturelle. En accueillant et en soutenant les institutions culturelles étrangères, en encourageant les échanges universitaires et la coopération internationale, et en préservant son propre patrimoine, la France démontre son engagement en faveur du patrimoine culturel mondial et sa volonté de partager et d'enrichir sa propre culture tout en découvrant et en valorisant celles des autres pays. Ceci contribue à construire un monde plus ouvert, tolérant et culturellement riche.

En conclusion, la France est un pays ouvert et accueillant pour les institutions culturelles étrangères. Les autorités françaises soutiennent activement la coopération culturelle internationale et offrent un environnement propice à la promotion et la communication des cultures étrangères sur le territoire français. Cette ouverture culturelle renforce la diversité et la richesse du patrimoine culturel français et favorise le dialogue interculturel entre les différents pays.

6.2. L'ouverture d'esprit du peuple français

Ouvert d'esprit, le peuple français est réputé pour sa profondeur de réflexion. La France a toujours été un terreau fertile pour les penseurs et les intellectuels, tradition perdurant aujourd'hui. Le nombre de lauréats français du Prix Nobel en est un exemple éloquent. Les Français participent souvent à des débats intellectuels et politiques et ont tendance à être très conscients des enjeux mondiaux. Leur ouverture d'esprit et leur curiosité se manifestent par leur engagement dans diverses activités culturelles, tant françaises qu'étrangères. Le pays accueille également de nombreux événements culturels tout au long de l'année, tels que des festivals de musique, des expositions artistiques et des représentations théâtrales.

6.2.1. La participation des Français aux activités culturelles locales

La France est un pays historiquement et culturellement riche. La participation des citoyens français aux activités culturelles locales est une composante essentielle de leur identité et de leur engagement communautaire. Plusieurs études et enquêtes ont été menées par l'Institut national de la statistique et des études économiques (INSEE) pour analyser et mesurer la participation des Français aux activités culturelles, notamment les visites de musées,

d'expositions et de monuments historiques. Ces études révèlent que la fréquentation des lieux culturels décline après 60 ans, mais reste relativement élevée avec 37 % de personnes âgées de 60 ans ou plus ayant visité un musée, une exposition ou un monument historique dans l'année¹¹⁰.

Très attachés aux activités culturelles, les Français participent activement à celles-ci. Selon une enquête du ministère de la Culture¹¹¹, 4 Français sur 10 ont repris leurs habitudes de sortie dès la réouverture des lieux culturels, et 28 % sont sortis plus souvent qu'avant la crise sanitaire pour rattraper les occasions perdues lorsque les lieux étaient fermés. La vie culturelle occupe une place importante dans la vie de 71 % des Français, et près de 75 % d'entre eux estiment que les activités culturelles sont nécessaires à leur quotidien¹¹².

La fréquentation des lieux culturels est assez indifférenciée selon le sexe et décline après 60 ans. Néanmoins, 37 % des personnes âgées de 60 ans ou plus ont visité un musée, une exposition ou un monument historique dans l'année, contre 46 % des moins de 60 ans¹¹³. Les Français s'intéressent également aux expositions (37 %) et aux musées (29 %). Une personne sur quatre est allée à un concert en 2003, le plus souvent pour écouter de la chanson française (43 % des spectateurs) ou de la musique classique (26 %) (Muller, 2018 : 143).

Les Français sont également de plus en plus nombreux à fréquenter les lieux culturels, surtout après 40 ans (Lombardo, Wolff, 2020 : 56). La participation aux festivals, concerts ou autres manifestations culturelles est une pratique majoritairement d'habitues¹¹⁴. La participation des Français aux activités culturelles locales peut également prendre la forme d'ateliers, de conférences et d'autres événements visant à encourager le dialogue et la découverte de la

¹¹⁰ *Pratiques culturelles et sportives*. INSEE. Publié le 25 novembre 2021 [consulté le 28 avril 2023]. Disponible sur : <https://www.insee.fr/fr/statistiques/5432487?sommaire=5435421>.

¹¹¹ *Pratiques culturelles des Français - Bilan à la fin de l'été 2021* [en ligne]. Ministère de la culture. Publié le 27 octobre 2021 [consulté le 28 avril 2023]. Disponible sur : <https://www.culture.gouv.fr/Presse/Communiqués-de-presse/Pratiques-culturelles-des-Français-Bilan-a-la-fin-de-l-ete-2021>.

¹¹² *Pratiques culturelles et comportements des Français : état des lieux* [en ligne]. Observatoire Cetelem. Publié le 27 octobre 2021 [consulté le 28 avril 2023]. Disponible sur : <https://observatoirecetelem.com/les-zooms/enquete-1-3-pratiques-culturelles-et-comportements-des-francais-etat-s-des-lieux>.

¹¹³ *Pratiques culturelles et sportives*. INSEE. Publié le 25 novembre 2021 [consulté le 28 avril 2023]. Disponible sur : <https://www.insee.fr/fr/statistiques/5432487?sommaire=5435421>.

¹¹⁴ *Le tourisme, un moyen important d'accès à la culture*. Consulté le 28 avril 2023. Disponible sur : https://www.entreprises.gouv.fr/files/files/directions_services/etudes-et-statistiques/4p-DGE/2015-11-4p48-tourisme-pratiques-culturelles.pdf.

culture et de l'histoire locale¹¹⁵. De plus, les centres sociaux en France offrent aux familles, aux enfants et aux jeunes des lieux d'accueil, de rencontre et d'information, ainsi que des activités destinées à faciliter leur vie quotidienne et à les soutenir dans leur relation avec la culture (Bernardet, Thalineau, 2018 : 43).

En somme, les Français accordent une grande importance aux activités culturelles et participent activement à celles-ci, que ce soit en visitant des lieux culturels, en assistant à des concerts et festivals, ou en pratiquant des activités artistiques.

6.2.2. L'engagement des citoyens français dans les activités culturelles internationales

La culture française, réputée pour sa richesse et sa diversité, est reconnue et appréciée à l'échelle mondiale. Annuellement, la France attire des millions de touristes provenant de divers horizons, désireux de découvrir l'excellence de son offre culturelle. Parmi les attraits de cette destination de choix pour les passionnés de culture figurent les musées emblématiques, les monuments historiques, les festivals de renom, les spectacles vivants et la gastronomie réputée. Outre son rôle en tant que destination culturelle, la France s'affirme également en tant qu'actrice culturelle sur la scène internationale. Des institutions telles que l'Institut français et les Alliances françaises œuvrent pour diffuser la langue et la culture françaises à travers le monde, tout en encourageant le dialogue et les coopérations culturelles avec d'autres pays.

Par ailleurs, les Français manifestent une grande sensibilité à l'égard des cultures étrangères et s'impliquent activement dans les activités culturelles internationales organisées en France par des institutions étrangères. La ville de Grasse, reconnue pour son patrimoine en parfumerie, démontre l'ouverture de la France à la diversité culturelle. Ses musées, tels que le Musée International de la Parfumerie, et ses événements, favorisent la découverte et la célébration des différentes cultures. Ces lieux offrent des activités qui encouragent l'échange et le partage entre cultures, attirant des visiteurs internationaux et soulignant l'importance de la coexistence culturelle. En particulier, Grasse a embrassé le Nouvel An Chinois avec ferveur. Le 28 janvier 2023, la ville a organisé une journée d'animations pour célébrer cette fête¹¹⁶. Les festivités incluaient une parade de dragon, des danses traditionnelles, et un repas asiatique

¹¹⁵ INSEE. *La participation citoyenne : comment ça marche ?* [en ligne]. Site participation-citoyenne.gouv.fr. Consulté le 28 avril 2023. Disponible sur : <https://www.insee.fr/fr/statistiques/5432487?sommaire=5435421>.

¹¹⁶ Pauline, *Le Nouvel An Chinois à Grasse* [en ligne]. Fréquence Sud. Publié le 23 janvier 2023 [consulté le 25 avril 2023]. Disponible sur : https://www.frequence-sud.fr/art-89133-_le_nouvel_an_chinois_a_grasse_grasse.

sur le Cours Honoré Cresp. Cet événement a permis aux habitants et aux touristes de s’immerger dans la culture chinoise, renforçant les liens interculturels et la valorisation de la diversité.

Cette ouverture culturelle revêt une importance particulière dans un monde en constante globalisation et aux multiples facettes culturelles. Elle permet de tisser des liens entre les différentes cultures, favorisant ainsi le respect, la compréhension et les échanges entre les diverses communautés. Ainsi, la culture française, avec son peuple ouvert d’esprit, continue de tisser des liens précieux entre les peuples du monde, enrichissant le patrimoine mondial et contribuant à une meilleure cohésion sociale.

6.2.3. L’adoption des activités culturelles chinoises par les Français

La culture chinoise, riche d’une longue histoire, attire les Français qui participent aux activités culturelles organisées non seulement par les IC en France mais aussi par les acteurs français. Ces activités leur permettent de découvrir les valeurs et les expressions de la culture chinoise, et de reconnaître son importance pour eux-mêmes, pour la France et pour le monde. La communication interculturelle de la culture chinoise au travers de ces activités est essentielle pour renforcer la compréhension et l’échange entre la Chine et la France.

Les IC proposent des activités variées et touchent différents aspects de la culture chinoise. Par exemple, l’IC de Montpellier¹¹⁷ dispense des cours de chinois pour tous niveaux, des ateliers de calligraphie, de peinture, de Kung Fu et de *Taiji*, ainsi que des conférences sur la langue et la culture chinoises. L’ICA¹¹⁸ participe à la compétition des talents culturels chinois, incluant des événements tels que la récitation de poésie, du théâtre, de la calligraphie, de la peinture, de la chanson, de la musique et de la danse chinoise. L’IC de Bretagne¹¹⁹ propose également des cours de chinois pour tous publics et niveaux, ainsi que l’organisation d’événements culturels tout au long de l’année. Un autre exemple d’activité culturelle en lien avec la culture chinoise est la séance d’initiation à la culture du *Kunqu* organisée par le Centre culturel de Chine à Paris le 10 septembre 2023¹²⁰. Plusieurs amateurs français ont assisté à cet événement

¹¹⁷ Liste des activités culturelles sur le site officiel. Consulté le 8 juillet 2023. Disponible sur : <https://institut-confucius-montpellier.org/>.

¹¹⁸ Liste des activités culturelles sur le site officiel. Consulté le 8 juillet 2023. Disponible sur : <https://www.confuciusalsace.org/>.

¹¹⁹ Liste des activités culturelles sur le site officiel. Consulté le 8 juillet 2023. Disponible sur : <https://www.confucius-bretagne.org/>.

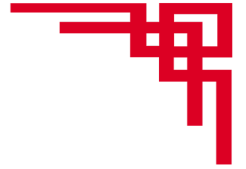
¹²⁰ Reportage sur l’activité. Publié le 16 septembre 2023 [consulté le 17 septembre 2023]. Disponible sur : <https://posts.careerengine.us/p/65058d771523d82d66c3f018?from=latest-posts-panel&type=previewimage>.

et ont appris les bases du chant, de la récitation et du maquillage du *Kunqu*. Ils ont également pu admirer les costumes et les accessoires utilisés dans les représentations. En outre, une exposition thématique sur le *Kunqu* a eu lieu au Musée national des arts asiatiques Guimet les 13 et 14 septembre 2023. L'exposition a présenté l'histoire, le texte, les objets, les vêtements, les instruments et les échanges internationaux du *Kunqu*. De nombreux visiteurs français se sont intéressés à cette forme d'art raffinée et élégante.

Ces activités culturelles permettent aux Français intéressés d'apprendre le chinois, mais aussi de découvrir et d'apprécier la richesse de la culture chinoise. Elles contribuent ainsi à créer des liens et à faciliter la communication interculturelle entre la Chine et les cultures locales. En somme, la communication interculturelle de la culture chinoise au travers des activités culturelles des IC est un moyen efficace de promouvoir la compréhension mutuelle et le respect entre les différentes cultures.

Conclusion du chapitre 6

Ce chapitre a montré comment la France est un pays pionnier dans la valorisation du patrimoine, avec une culture riche et des institutions dédiées à sa préservation et à sa promotion. La population française, ouverte d'esprit, participe activement aux activités culturelles locales, internationales et chinoises, soulignant ainsi son engagement envers la diversité culturelle. Au travers de ces deux sections, nous avons pu mettre en lumière l'importance de la valorisation du patrimoine chinois pour le peuple français et leur rôle en tant que pionniers dans ce domaine.



PARTIE 3 : LA PERCEPTION DE LA CULTURE CHINOISE PAR DES FRANÇAIS





CHAPITRE 7 : LA COMMUNICATION DES INSTITUTS CONFUCIUS EN FRANCE



Introduction du chapitre 7

La perception de la culture chinoise en France est un sujet d'actualité qui mérite d'être étudié. L'émergence et la croissance des IC en France témoignent d'un intérêt grandissant des Français pour la culture chinoise. En tant que choix des Français qui veulent s'y rendre pour découvrir, apprendre et comprendre la langue et la culture chinoises, chaque IC en France lance annuellement un projet d'enseignement du chinois et un projet d'activités culturelles ciblant le public local. Celui-ci est destiné à promouvoir la culture chinoise et à consolider sa présence et sa communication dans l'hexagone. Ces IC sont, depuis leur création, l'une des institutions les plus influentes promouvant la langue et la culture chinoises en France.

Afin de comprendre en profondeur l'état actuel de la communication autour des activités culturelles des IC en France, nous avons conduit une étude documentaire. Cette étude s'est concentrée sur trois IC spécifiquement choisis pour notre recherche. Nous avons exploré leurs sites web officiels, leur présence sur les réseaux sociaux et avons également utilisé des données issues de l'observation participante. Dans cette démarche, nous avons adopté une approche diachronique pour la collecte de données concernant l'ICCA et l'ICUPC, couvrant trois années académiques consécutives, de 2019 à 2022. Cette perspective longitudinale nous a permis de saisir les tendances sur une période significative, facilitant ainsi une analyse approfondie et nuancée des dynamiques en jeu au fil du temps. Parallèlement, pour saisir les orientations les plus récentes, notre étude s'est focalisée sur l'année scolaire 2022-2023 pour l'ICA. Cette stratégie nous a permis d'avoir un aperçu actualisé des tendances les plus récentes, mettant en évidence les dernières initiatives et adaptations des IC. Les données ont été analysées par thèmes et les activités relevant de ces thèmes ont été présentées dans des tableaux.

Pour l'ICCA, la démarche de l'observation participante est très importante alors que la démarche netnographique est utilisée pour les deux autres IC. Toutes ces démarches aident à étudier, notamment au travers du prisme de la communication interculturelle, les stratégies communicationnelles des IC sur le public, de trouver les mesures les plus efficaces pouvant aider les Français dans leur compréhension de la culture chinoise et de comprendre en quoi les IC participent au rayonnement du *soft power* chinois en France.

Ce chapitre se penchera sur la manière dont ces institutions contribuent à la communication de la culture chinoise et favorisent la communication interculturelle entre la Chine et la France. La section 7.1 abordera les activités culturelles menées par l'ICCA. Dans la section 7.2, nous analyserons celles orchestrées par l'ICUPC et l'ICA. Enfin, la section 7.3 vise à analyser le processus de communication interculturelle entre les IC et la société française, en abordant des thématiques telles que l'interculturalité, les expériences culturelles inédites et les conflits culturels.

7.1. Les activités culturelles de l'Institut Confucius Côte d'Azur

L'ICCA s'attache à organiser des activités d'échanges culturels et artistiques touchant la communauté Côte d'Azur, en particulier la communauté niçoise. Chaque année, des activités sont organisées autour des fêtes traditionnelles telles que le Nouvel An chinois, la fête des bateaux-dragons et la fête de la mi-automne, servant pour les Français de vitrines de la culture chinoise, des conférences sur la médecine traditionnelle chinoise, l'histoire chinoise, l'histoire des échanges sino-français, des expositions sur la gastronomie chinoise et des concerts de musique traditionnelle chinoise. Parmi ces activités, celles se déroulant hors du campus, notamment la cuisine chinoise et l'artisanat des produits culturels, sont très populaires auprès des enfants et des parents. En outre, pendant la pandémie de Covid-19, en plus de s'appuyer sur les méthodes de communication traditionnelles, l'ICCA s'est également appuyé ces dernières années sur la technologie en ligne pour développer des activités culturelles à distance, en utilisant les réseaux sociaux tels que Facebook pour diffuser des informations sur ces activités.

L'ICCA a développé des méthodes de communication adaptées au contexte local, basées sur les concepts et les méthodes de communication culturelle française, offrant ainsi un large éventail d'activités culturelles aux habitants de la région Côte d'Azur. À l'heure actuelle, l'ICCA dispose d'un système mature d'activités culturelles : de la communication enracinée dans la communauté locale à la communication hybride sur place et en ligne, des activités culturelles thématiques aux journées d'études chinoises, des ateliers aux expositions, des festivals chinois traditionnels aux festivals chinois modernes.

7.1.1. Des conférences académiques aux activités destinées aux enfants

Comme l'indique le tableau ci-après, l'ICCA organise régulièrement des conférences. Les thèmes diversifiés témoignent de sa stratégie de communication interculturelle. Cette dernière vise à favoriser une compréhension nuancée et approfondie de la culture chinoise parmi les Français. La mise en œuvre de cette stratégie se caractérise par l'exploration d'une variété de sujets relatifs à la culture chinoise.

Thème	Culture	Conférencier (ère)	Date et lieu
Wu Zetian, l'unique impératrice souveraine dans l'histoire de Chine	Histoire	Chantal DAUPEZ	Jeudi 7 Mars 2019, 17h Bibliothèque NUCÉRA, Nice
La médecine chinoise : théorie fondamentale, diagnostic et thérapeutique	Médecine	Eric MARIE	Mercredi 5 juin 2019, 17h Bibliothèque Nucéra, Nice
Connaissons-nous la cuisine chinoise ?	Gastronomie	Joël BELLASSEN ZHENG Lunian	Samedi 5 octobre 2019, 12h30-13h Hôtel Holiday Inn, Nice
La Chine peut-elle maintenir son dynamisme économique ou bien son modèle de croissance est-il-menacé ?	Économie	Michel-Henry BOUCHET	Vendredi 18 octobre 2019, 18h-19h30 Auditorium du Lycée Technique et Hôtellerie de Monaco, Monaco
Les Naxi et la culture Dongba	Culture minoritaire	Xiaomin GIAFFERRI, Astrid NARGUET	Samedi 15 février 2020, 17h, Musée des Arts Asiatiques, Nice
Préserver la santé en automne selon la médecine chinoise	Médecine	Dr Bingkai LIU	Vendredi 25 septembre 2020 à 14h, Visioconférence
Les Lotus d'or - Ou la tradition des pieds bandés en Chine	Histoire	Chantal DAUPEZ	Vendredi 16 octobre 2020 à 14h, visioconférence
Le coq et le Dragon : les relations franco-chinoises. De Gaulle à Macron, de Mao Zedong à Xi Jinping	Politique	Alain LABAT	Mercredi 5 mai 2021, 18h à 19h30 visioconférence
Le marché de l'art contemporain chinois et les perspectives après 2021	Art	Xiaomin GIAFFERRI	Jeudi 5 août 2021 Galerie Saint-Paul de Vence
La France en Chine : du XVIIe siècle à la fin de l'Empire	Echange culturel	Xiaomin GIAFFERRI	Vendredi 13 mai 2022 15h-16h30 Bibliothèque Louis NUCÉRA 2 Place Yves Klein, Nice

Les odyssees de l'amiral Zheng He	Histoire	Chantal DAUPEZ	Vendredi 21 octobre 2022 de 15h à 16h30 à la Bibliothèque Louis NUCÉRA située 2 Place Yves Klein, Nice
-----------------------------------	----------	----------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------

Tableau 7.1 : Les conférences organisées par l'ICCA
(Créé le 10 mai 2023 par Xue Han)

Tout d'abord, l'ICCA met en évidence plusieurs aspects importants de la culture chinoise, notamment l'histoire, la médecine traditionnelle, la gastronomie, l'économie, la politique, l'art et la culture minoritaire. Par exemple, la conférence sur l'impératrice Wu Zetian¹²¹ permet d'explorer l'histoire de la Chine, tandis que la conférence sur la médecine chinoise introduit les Français à cette pratique ancestrale. D'autres conférences mettent en lumière des thèmes contemporains, comme la dynamique économique de la Chine et le marché de l'art contemporain chinois. De plus, ces activités sont organisées dans différents lieux, allant de la bibliothèque Nucéra à Nice, à l'auditorium du Lycée Technique et Hôtellerie de Monaco, en passant par des visioconférences. Cette diversité de lieux permet d'attirer un public plus large et de rendre ces activités accessibles à un plus grand nombre de personnes sur la région Côte d'Azur. Enfin, l'ICCA s'associe à divers conférenciers, dont des experts dans leur domaine, pour fournir des informations précises et approfondies sur chaque sujet. Par exemple, la conférence sur la médecine chinoise est animée par Eric Marie, un spécialiste de la médecine chinoise, tandis que la conférence sur la cuisine chinoise est animée par Joël Bellassen et Zheng Lunian, sinologue français et expert en gastronomie chinoise. En somme, au travers de cette variété de thèmes et de partenariats, l'ICCA offre une vision multidimensionnelle de la culture chinoise, favorisant ainsi une communication interculturelle efficace avec le public.

Alors que les conférences semblent généralement destinées à un public adulte, les ateliers centrés sur les célébrations traditionnelles, spécialement conçus pour un jeune public, témoignent d'une intention de toucher une audience plus large et diversifiée. L'exposé des activités culturelles présentées dans le tableau précédent indique que l'ICCA met en œuvre une stratégie plurielle et diversifiée pour promouvoir la culture chinoise auprès d'une population large allant des enfants dès 6 ans aux personnes âgées retraitées.

¹²¹ Wu Zetian, la seule femme à avoir régné en tant qu'impératrice de Chine, est une figure historique connue pour son leadership éclairé et sa détermination inébranlable pendant la dynastie *Tang*.

Thème	Date	Lieu
Fête <i>Qingming</i> ou Limpide Clarté	Samedi 3 avril 2020 à 15h	Zoom
Fête des célibataires en Chine	Mercredi 11 novembre 2020 à 15h	Zoom
Fête du Nouvel An chinois 2022 : l'avant-première du film chinois « I REMEMBER »	Vendredi le 04 février 2021 à 19h	Cinéma Mégarama Nice
Festivités du Nouvel an chinois à l'aéroport	5 et 6 février 2021	Aéroport de Nice
Fête de l'année du Boeuf	Samedi 20 février 2021	Zoom
Fête traditionnelle <i>Duanwu</i> (deux séances)	Lundi 14 juin 2021 à 14h	Restaurant Le Festin d'Asie à Nice
Fête Zhongqiu ou mi-automne	Mercredi 22 septembre 2021	Restaurant Le Festin d'Asie à Nice
Fête chinoise traditionnelle <i>Duanwu</i> (séance enfant)	Mercredi 01 juin 2022 de 9h à 12h	Restaurant Le Festin d'Asie à Nice
Fête chinoise traditionnelle <i>Duanwu</i> (séance adult)	Vendredi 03 juin 2022 de 14h30 à 16h	Restaurant Vogue d'Asie à Nice
Fête chinoise traditionnelle <i>Duanwu</i> ou Double Cinq (séance enfant)	Mercredi 7 juin 2023 de 9h à 12h	Restaurant Le Festin d'Asie à Nice

Tableau 7.2 : Les fêtes traditionnelles chinoises organisées par l'ICCA
(Créé le 10 mai 2023 par Xue Han)

Les activités des IC présentent des caractéristiques localisées. Tout d'abord, les activités proposées sont adaptées à différents groupes d'âge, avec des programmes spécifiques pour les enfants et les adultes. Par exemple, pour promouvoir la fête *Duanwu*, deux séances ont été organisées en juin 2022, une destinée aux enfants et une autre aux adultes. Ensuite, il est important de noter que l'ICCA accorde une importance particulière à la célébration des fêtes traditionnelles chinoises, tout en intégrant également des éléments de la culture contemporaine. Par exemple, l'ICCA a célébré la fête des célibataires le 11 novembre 2020, une fête récemment créée dans les années 2010. L'organisation d'événements autour de célébrations emblématiques, tels que le Nouvel An chinois, la fête de *Qingming*, la fête de *Duanwu* et la fête de la mi-automne, joue un rôle prépondérant dans l'acclimatation du public aux coutumes et rituels chinois. Parallèlement, la mise en lumière de la fête des célibataires, qui relève davantage de la culture contemporaine, témoigne d'une volonté d'offrir une perspective équilibrée et exhaustive de la culture chinoise, favorisant ainsi une compréhension plus nuancée et plus approfondie de cette dernière auprès du public.

Troisièmement, il ressort de l'analyse que l'ICCA établit des collaborations avec des partenaires locaux, tels que des cinémas, des aéroports et des restaurants, pour la mise en œuvre de leurs événements culturels. Cette stratégie permet d'atteindre un public plus large et de renforcer l'intégration des activités culturelles chinoises dans le tissu social local. Enfin, il est à noter que l'ICCA met en œuvre des événements à la fois en présentiel et en ligne. Les activités sur site, telles que les projections cinématographiques, les célébrations à l'aéroport et les repas traditionnels dans des restaurants, cohabitent avec des événements en ligne, organisés *via Zoom*. Cette dualité témoigne d'une adaptation aux contraintes contemporaines, notamment liées à la pandémie Covid-19, tout en permettant d'atteindre une audience plus large et diverse.

En résumé, l'ICCA adopte une stratégie multiforme, combinant événements en présentiel et en ligne, collaboration avec des acteurs locaux et adaptation à différents groupes d'âge, pour la promotion de la culture chinoise et le renforcement de la communication interculturelle.

7.1.2. De la culture *Han* à la culture d'ethnie minoritaire

Les activités culturelles les plus efficaces sont celles qui sont diversifiées et attrayantes. Le facteur le plus important de leur efficacité est leur localisation. Le public estime que l'amélioration de la localisation des événements culturels dans les IC pourrait renforcer leur communication et les aider à mieux comprendre la culture chinoise. L'ICCA a élaboré une approche méthodique pour introduire la culture chinoise auprès du public. Cependant, ces activités se concentrent principalement sur la culture majoritaire *Han*, laissant ainsi de côté une grande partie de la diversité culturelle chinoise.

Thème	Nature	Culture	Médiateur	Date et lieu
SEMAINE DE LA GASTRONOMIE CHINOISE : ATELIER N°1 L'importance de la Cuisine dans la transmission de notre héritage- Les secrets des raviolis chinois	Atelier	Gastronomie chinoise : les raviolis chinois	Médiateur local	Mardi 1 octobre 2019, 16h-17h Restaurant Demi Lune, Nice

ATELIER N°2 Découverte des aliments nutritifs des enfants, apprendre à utiliser des baguettes, reconnaître des épices et des ingrédients ; projection et dégustation	Atelier	Gastronomie chinoise : les épices chinoises	Médiateur local	Mercredi 2 octobre 2019, 16h-17h Restaurant Demi Lune, Nice
ATELIER N°3 Recette pour la santé et le bien-être selon la médecine chinoise	Atelier	Gastronomie chinoise : recette pour la santé	Médiateur local	Jeudi 3 octobre 2019, 16h-17h Restaurant Vogue d'Asie, Nice
ATELIER N° 4 Découverte des thés chinois, de leurs vertus thérapeutiques et diététiques	Atelier	Gastronomie chinoise : le thé	Médiateur local	Vendredi 4 octobre 2019, 16h Restaurant Vogue d'Asie, Nice
Connaissons-nous la cuisine chinoise ?	Conférence	Gastronomie	Joël BELLASSEN ZHENG Lunian	Samedi 5 octobre 2019, 12h30-13h Hôtel Holiday Inn, Nice
ATELIER N°5 Dégustation	Atelier	Dégustation : les plats	Médiateur local	Samedi 5 octobre 2019, 13h Restaurant Vogue d'Asie, Nice
Divines cuisines de Chine : Quotidien et divin, l'art de la table	Exposition	Gastronomie chinoise	Bibliothèque Universitaire Campus Carlone	Octobre 2019 Bibliothèque Universitaire Campus Carlone, Nice

Tableau 7.3 : La semaine de la gastronomie chinoise organisée par l'ICCA
(Créé le 10 mai 2023 par Xue Han)

Dans le tableau ci-dessous, nous constatons une semaine entièrement dédiée à la gastronomie chinoise, un aspect essentiel de la culture chinoise. Le public est invité à découvrir et à comprendre l'importance de la cuisine dans la transmission de l'héritage culturel chinois, les ingrédients et les épices typiques, l'art du thé et les principes de la nutrition selon la médecine chinoise. Ces ateliers, animés par des employés locaux¹²², sont complétés par une conférence sur la cuisine chinoise et une exposition intitulée « Divines cuisines de Chine ».

¹²² Enseignants de chinois compétents et auto-entrepreneurs résidant à Nice.

Le tableau ci-dessous présente une série d'expositions d'art, avec une attention particulière accordée à l'art contemporain franco-chinois et à l'art de la peinture chinoise contemporaine. Une exposition intéressante met en avant l'art et l'écriture de la minorité ethnique Dongba, ce qui signifie que l'ICCA commence à intégrer la culture des minorités dans son programme.

Thème	Nature	Date et lieu
Divines cuisines de Chine : Quotidien et divin, l'art de la table	Exposition	Octobre 2019, Bibliothèque Universitaire Campus Carlone, Nice
L'art et l'écriture Dongba	Exposition	Février 2020, Musée des Arts Asiatiques de Nice
Printemps de l'art chinois	Exposition	2-30 mars 2020, Mairie de Roquefort-les-Pins
Vernissage de l'exposition « Art contemporain franco-chinois »	Vernissage	Jeu­di 8 août 2021 à 18h30, Galerie Rosberg 5 rue Grande, Saint-Paul de Vence
L'art de la peinture chinoise contemporaine	Exposition	Août 2021, Galerie Rosberg 5 rue Grande, Saint-Paul de Vence
Vernissage de l'exposition Zhu Yan, artiste chinoise	Vernissage	Samedi 3 décembre 2022 à 11h, Le Coin Des Artistes 9 Route d'Opio, le Rouret
Exposition Zhu Yan, artiste chinoise	Exposition	Du 3 décembre 2022 au 3 janvier 2023, Le Coin Des Artistes 9 Route d'Opio, le Rouret

Tableau 7.4 : Les expositions et les vernissages organisés par l'ICCA
(Créé le 10 mai 2023 par Xue Han)

Cependant, il est important de noter que la Chine est un pays multiculturel, avec 56 groupes ethniques reconnus officiellement. La culture majoritaire *Han*, bien que dominante, ne représente qu'une partie de la richesse culturelle de la Chine. Afin d'offrir une image plus complète et plus nuancée de la Chine, il serait bénéfique pour l'ICCA d'intégrer davantage d'activités liées aux cultures des minorités chinoises dans son programme.

En résumé, l'ICCA a réussi à développer une stratégie de communication interculturelle efficace, en se concentrant sur des aspects fondamentaux et attrayants de la culture chinoise. Cependant, pour enrichir encore davantage cette communication, il serait souhaitable d'inclure une plus grande diversité de cultures chinoises dans les activités proposées.

7.1.3. Des concerts aux journées d'études

Depuis sa création, l'ICCA s'est affirmé comme un acteur culturel incontournable dans le paysage de la Côte d'Azur, devenant l'une des institutions culturelles chinoises les plus fréquentées de la région. De 2016 à 2022, l'établissement a réussi à rassembler une audience toujours plus nombreuse, franchissant la barre des 10,000 participants à ses nombreuses activités. Cette ascension repose en grande partie sur des alliances productives avec des partenaires locaux, donnant lieu à des événements remarquables. Un exemple éblouissant est l'initiative « Nice Baie des Lumières », une festivité dédiée aux lanternes chinoises, orchestrée conjointement avec l'entreprise ADR et la Ville de Nice. Cette manifestation a accueilli près de 10,000 visiteurs, venus admirer plus de 550 lanternes monumentales brillant de mille feux dans l'obscurité nocturne. Parmi les points d'orgue, une réplique impressionnante de la Grande Muraille s'élevant à 18 mètres de haut, et deux dragons majestueux déployant leurs formes sur une longueur de 50 mètres, ont offert un spectacle qui, plongent les visiteurs dans un voyage imaginaire au cœur de la richesse culturelle chinoise, entre traditions ancestrales et prouesses architecturales.

L'exposition, dont les détails sont dans le tableau suivant, a su mêler habilement l'imaginaire féérique des légendes chinoises à la splendeur de la végétation locale, émerveillant les visiteurs à chaque pas. Ce moment phare de la programmation de l'ICCA démontre l'aptitude de l'institution à créer des ponts entre les cultures, offrant à tous un aperçu précieux et enchanteur du patrimoine chinois, tout en mettant en valeur les compétences et le savoir-faire local.

Thème	Date	Lieu
Lumière de Chine Nice Baie des Lumières	Novembre 2019-février 2020	Parc Phoenix, Nice

Tableau 7.5 : L'évènement « Nice Baie des Lumières »
(Créé le 10 mai 2023 par Xue Han)

Ce rayonnement exceptionnel trouve ses racines dans l'attrait de la culture chinoise. Toutefois, il est indissociable de la stratégie adoptée par l'ICCA, qui a su localiser l'ensemble de ses activités culturelles, conférant ainsi une nuance francisée à sa communication. Cette démarche a non seulement facilité l'ancrage de l'institut dans le tissu local, mais elle a aussi

créé une passerelle entre les cultures, permettant une appropriation naturelle et chaleureuse du patrimoine chinois par les habitants de la région.

Le tableau ci-dessous présente deux activités culturelles organisées par l'ICCA, qui mettent en lumière les efforts de l'institut pour promouvoir la communication interculturelle en engageant les Français à découvrir et à apprécier la culture chinoise.

Thème	Culture	Médiateur	Date et lieu
Spectacle musical du Sichuan <i>Quyí</i> et changement de masque	Spectacle et musique	Membres des association des acteurs de <i>Quyí</i> du Sichuan	Mardi 26 février 2019 à 18h30 Maison de l'Étudiant, 5 Avenue François Mitterrand, Nice
Concert de <i>Guzheng</i>	Concert	Léane Dreyer	7 février 2020 à 18h30, Grand Château, 28 avenue Valrose Nice

7.6 : Le spectacle et le concert organisés par l'ICCA
(Créé le 10 mai 2023 par Xue Han)

La première activité est un « Spectacle musical du Sichuan » qui a eu lieu le 26 février 2019 à la Maison de l'Étudiant à Nice. Le spectacle présentait le *Quyí* et le changement de masque, deux aspects importants de la culture du spectacle et de la musique en Chine. Les artistes dramatiques pour cet événement étaient les membres de l'association des acteurs de *Quyí* du Sichuan, ce qui indique une implication directe d'artistes culturels de la Chine dans la transmission de ces aspects de la culture chinoise au public.

La deuxième activité est un « Concert de *Guzheng* » qui s'est tenu le 7 février 2020 au Grand Château à Nice. Le *Guzheng* est un instrument de musique traditionnel chinois, et le concert était animé par Léane Dreyer, une jeune musicienne française. Cet événement illustre l'approche de l'ICCA d'impliquer des artistes français pour aider à présenter la culture chinoise au public.

Ces deux activités soulignent l'engagement de l'ICCA à faciliter la communication interculturelle en impliquant à la fois des médiateurs chinois et français pour aider à communiquer la richesse de la culture chinoise au public. Elles illustrent également la diversité des approches utilisées par l'ICCA pour atteindre cet objectif, allant de spectacles de musique traditionnelle à des concerts présentés par des artistes français qui se sont spécialisés dans la musique chinoise.

Afin de faire découvrir la culture chinoise aux élèves qui n'ont pas d'opportunité de se déplacer pour des activités se déroulant souvent pendant les jours ouvrés, l'ICCA a mis en place une « Journée de la culture chinoise » à la demande des établissements scolaires, destiné à promouvoir la langue et la culture chinoises. Cette manifestation est gratuite pour tout établissement d'enseignement, public et privé, appartenant au Rectorat de l'Académie de Nice, membre associé de l'ICCA. À la suite de la réussite de ce projet, d'autres établissements scolaires français ont successivement fait une demande. Cela rend ce projet populaire. Il s'agissait non seulement pour l'ICCA d'élargir son public et d'établir des partenaires afin de mieux valoriser le patrimoine chinois à l'égard des publics jeunes, mais également de construire une image nationale réelle de la Chine et de sa culture dans les établissements d'enseignement français.

Forme	Culture	Médiateur	Date et lieu
Journée de la culture	Mixte : calligraphie, musique traditionnelle, dégustation du thé	Enseignantes locales	Janvier 2019, Lycée Parc Impérial, Nice
Journée de la culture	Mixte : calligraphie, musique traditionnelle, dégustation du thé	Enseignantes locales	Vendredi 17 mai 2019, Centre International De Valbonne, Valbonne
Journée de la culture	Mixte : calligraphie, musique traditionnelle, dégustation du thé	Enseignantes locales	Jeudi 22 novembre 2019, Collège Carnot, Grasse
Journée de la culture	Mixte : calligraphie, musique traditionnelle, concours de connaissances, dégustation du thé	Enseignantes locales	4 mai 2022, Institution Saint-Joseph Carnoles, Roquebrune Saint-Martin
Journée de la culture	Mixte : calligraphie, musique traditionnelle, dégustation du thé	Enseignantes locales	21 octobre 2022, École Notre Dame des Missions TOULON
Journée de la culture	Mixte : calligraphie, musique traditionnelle, concours de connaissances, dégustation des collations chinoises	Enseignantes locales	4 mars 2023, Institution Saint-Joseph Carnoles, Roquebrune Saint-Martin

Tableau 7.7 : Les journées de la culture chinoise organisées par l'ICCA
(Créé le 10 mai 2023 par Xue Han)

Le tableau ci-dessus décrit une série de « Journées de la culture » organisées par l'ICCA dans différents établissements d'enseignement de la région. Ces événements ont pour objectif de promouvoir la culture chinoise auprès du public, en adoptant une approche de communication interculturelle. Jusqu'à maintenant, l'ICCA a organisé six journées d'étude chinoise au sein des établissements d'enseignement de la Côte d'Azur qui sont, par ordre de date et d'accueil, le Centre International de Valbonne (CIV), le Lycée du Parc Impérial, le collège Carnot à Grasse, l'institution Saint Joseph Carnolès (deux fois) et l'École Notre Dame des Missions Toulon.

Ces journées culturelles sont caractérisées par une variété d'activités telles que la calligraphie, la musique traditionnelle, la dégustation de thé, et parfois même des concours de connaissances ou de dégustation de collations chinoises. Cette combinaison d'activités permet de présenter plusieurs aspects de la culture chinoise, permettant ainsi aux participants d'avoir une expérience plus complète et immersive.



Figure 7.1 : La dégustation du thé chinois par les élèves à l'institution Saint Joseph Carnolès
(Créée le 04 mai 2022 par Xue Han)

L'essence dure généralement trois heures, soit une demi-journée, adaptée aux besoins et aux horaires de l'établissement qui l'accueille. Le programme initial est structuré en six segments distincts. En premier lieu, une introduction générale est présentée, suivie d'un discours prononcé respectivement par la directrice française de l'ICCA et le directeur de l'école. Le deuxième segment du programme met en avant une démonstration de calligraphie chinoise, orchestrée par un professeur calligraphe. Cette démonstration est immédiatement suivie d'une séance pratique impliquant les élèves.



Figure 7.2 : La partie complémentaire de l'exposition des oeuvres des élèves à l'institution Saint Joseph Carnolès
(Créée le 04 mai 2022 par Xue Han)



Figure 7.3 : L'atelier calligraphie au CIV
(Photo prise en janvier 2019 par le personnel de l'ICCA)

Dans le troisième volet du programme, une attention particulière est accordée à la musique traditionnelle chinoise du *Guqin*, interprétée par un professeur chinois.



Figure 7.4 : Démonstration de l'instrument *Guqin* au Lycée du Parc Impérial
(Photo prise en janvier 2019 par le personnel de l'ICCA)

Suite à ces activités culturelles et artistiques, la quatrième phase du programme est réservée à un moment de convivialité. Les enseignants et les élèves se rassemblent pour déguster la boisson la plus renommée de Chine, accompagnée de friandises typiquement chinoises, tout en engageant des discussions avec les professeurs de l'ICCA. Le cinquième segment du programme est consacré à la projection de deux courtes vidéos qui présentent les arts martiaux chinois et la danse, avec une démonstration assurée par un professeur.



Figure 7.5 : La projection des vidéos à l'institution Saint Joseph Carnolès
(Créée le 04 mai 2022 par Xue Han)

Enfin, la journée s'achève avec le sixième et dernier segment du programme qui consiste en la remise des prix pour les meilleures œuvres de calligraphie réalisées par les élèves au cours de la journée.



Figure 7.6 : La remise des prix au Lycée du Parc Impérial
(Photo prise en janvier 2019 par le personnel de l'ICCA)

aider à renforcer les liens entre l'ICCA et les communautés locales, ce qui pourrait à son tour augmenter l'impact de ces journées culturelles. Il est également intéressant de noter que ces journées culturelles ont lieu à différents moments de l'année, ce qui suggère que l'ICCA cherche à maintenir une présence constante et à offrir des opportunités régulières d'engagement avec la culture chinoise.

Les « Journées de la culture » orchestrées par l'ICCA constituent une initiative significative pour la promotion de la culture chinoise dans la région Côte d'Azur. Les élèves ayant participé à ces événements ont manifesté un intérêt marqué pour la culture chinoise, comme en témoigne leur participation active, leur évaluation positive de ces manifestations, ainsi que leur référence à ces souvenirs lors d'échanges avec leurs enseignants de chinois¹²⁴. Les institutions partenaires expriment également leur désir de renouveler l'organisation de ces journées d'études pour le bénéfice de leurs élèves. Au travers de ces événements, l'ICCA manifeste sa volonté affirmée d'impliquer le public dans un dialogue interculturel, en vue de favoriser une meilleure compréhension et appréciation de la culture chinoise.

L'examen du tableau présenté ci-dessous révèle un aspect supplémentaire de la stratégie de communication interculturelle de l'ICCA. En plus des conférences, des ateliers et des expositions mentionnées précédemment, l'ICCA collabore également avec d'autres institutions locales pour organiser des événements de grande envergure, tels que le 4^e Forum Culturel Franco-Chinois, en partenariat avec l'université Côte d'Azur. Ce forum, se concentrant sur l'éducation et la technologie, présente une opportunité précieuse pour les participants d'acquérir une compréhension plus profonde de ces aspects importants de la société chinoise contemporaine.

Thème	Culture	Partenaire	Date et lieu
4e Forum Culturel Franco-Chinois	Éducation et technologie	Université Côte d'Azur	Lundi 7 octobre 2019 18h-19h30 Théâtre du Grand Château, Nice
Rencontre avec une écrivaine Chinoise : ZHANG Yueran	Littérature contemporaine	Librairie Masséna	Jeudi 17 octobre 2019, 18h45 Librairie Masséna, Nice

Tableau 7.8 : Les activités valorisant la culture contemporaine organisées par l'ICCA
(Créé le 10 mai 2023 par Xue Han)

¹²⁴ Entretiens informels menés avec des enseignants de langue chinoise le 12 mai 2023.

De plus, l'ICCA facilite le contact direct avec des personnalités culturelles chinoises, comme illustré par la rencontre avec l'écrivaine chinoise contemporaine Zhang Yueran. Cet événement, organisé en partenariat avec la Librairie Masséna, offre au public une occasion unique d'interagir avec une voix littéraire influente de la Chine contemporaine, et d'approfondir leur compréhension de la littérature et de la société chinoises actuelles.

Par ailleurs, les activités culturelles menées par l'ICCA présentent une caractéristique marquée de « localisation ». Cette localisation se manifeste de plusieurs manières. D'une part, l'ICCA organise ses activités dans divers lieux en dehors du campus universitaire, ce qui contribue à rendre la culture chinoise accessible à un public plus large. Ces lieux incluent des bibliothèques, des restaurants, des hôtels, des musées et des théâtres, qui sont tous des espaces publics bien intégrés dans la vie quotidienne des habitants locaux. D'autre part, l'ICCA emploie des Français ainsi que des Chinois qui résident en France. Ces employés, avec leur connaissance approfondie des cultures française et chinoise, servent de ponts culturels, facilitant ainsi la communication et l'échange interculturels. Leur présence renforce la localisation de l'ICCA, car ils sont en mesure de comprendre et de répondre aux besoins et aux attentes spécifiques du public local.

En somme, grâce à une diversité de lieux d'activités et à une équipe riche de profils biculturels, l'ICCA incarne une approche localisée dans sa mission de promotion de la culture chinoise dans la région Côte d'Azur. Cette stratégie de localisation, véritable pilier de sa communication, s'avère essentielle à la facilitation d'échanges interculturels fructueux. En effet, elle confère à l'ICCA la capacité de tisser des liens entre le riche héritage culturel chinois et le contexte culturel spécifique de la France, créant ainsi un dialogue harmonieux et enrichissant qui résonne profondément auprès du public local.

7.2. Les activités culturelles de l'Institut Confucius de l'université Paris Cité¹²⁵ et l'Institut Confucius d'Alsace¹²⁶

Nous continuerons à exploiter les activités culturelles de l'ICUPC des années 2019-2022, qui présentent des caractéristiques spécifiques. Parallèlement, celles de l'ICA de l'année

¹²⁵ Site officiel de l'ICUPC. Consulté le 27 janvier 2022. Disponible sur : <http://confucius.univ-paris7.fr/activites-culturelles/>.

¹²⁶ Site officiel de l'ICA. Consulté le 27 janvier 2022. Disponible sur : <https://www.confuciusalsace.org/agenda>.

2022-2023 illustre la tendance des IC en France à intégrer la culture chinoise moderne dans leur contenu de communication.

7.2.1. L'ICUPC : de la promotion de la culture chinoise à la construction du parcours d'éducation artistique et culturelle des élèves

L'ICUPC s'engage activement dans l'organisation régulière d'activités culturelles visant à promouvoir la culture chinoise parmi les étudiants et le personnel universitaire en France. Cette démarche vise à dévoiler la richesse et la diversité de la culture chinoise aux participants tout en contribuant à la mise en place d'un parcours d'éducation artistique et culturelle pour les élèves. Ces activités se révèlent être des opportunités pour les participants d'acquérir des connaissances, des compétences et des valeurs intrinsèquement liées à la culture chinoise. En outre, elles favorisent l'épanouissement de l'ouverture d'esprit, de la créativité et du dialogue interculturel.

Forme	Contenu	Accès	Médiateur	Partenaire	Date et Lieu
Conférence	Partage du roman « Le Clou » écrit par Zhang Yueran, écrivaine chinoise renommée.	Langue de travail : français	Zhang Yuran	Réseau des IC en France	3 octobre 2019, Université Paris Cité

Tableau 7.9 : La rencontre avec Zhang Yueran organisée par l'ICUPC
(Créé le 6 septembre 2023 par Xue Han)

Cette activité, sous forme de conférence, a offert aux participants une opportunité précieuse de découvrir l'univers littéraire de Zhang Yueran, une écrivaine chinoise reconnue. En partageant son travail, Zhang Yueran a pu présenter son roman « Le Clou » et discuter de son parcours en tant qu'écrivaine. Cette expérience a permis au public de plonger dans la littérature chinoise contemporaine et d'explorer les thèmes et les histoires qui façonnent la narration de Zhang Yueran. La conférence, animée en français, a favorisé un échange interculturel et intellectuel enrichissant.

Forme	Contenu	Accès	Médiateur	Partenaire	Date et Lieu
Culture chinoise	Cérémonie d'ouverture de la semaine académique de l'université de Wuhan.	Ouverts aux enseignants et étudiants des établissements supérieurs français et chinois	Mme Yujie WANG	École Nationale des chartes, Université Paris Cité, Ambassade de la Chine à Paris	15 octobre 2019, Ambassade de la Chine à Paris

Tableau 7.10 : La cérémonie d'ouverture de la semaine académique de l'université de Wuhan à l'ICUPC
(Créé le 6 septembre 2023 par Xue Han)

La cérémonie d'ouverture de la semaine académique de l'université de Wuhan a été une occasion solennelle et festive, rassemblant des enseignants et des étudiants de diverses institutions françaises et chinoises. Cette activité a permis de mettre en lumière la richesse de la culture chinoise au travers des présentations et des échanges culturels. Mme Yujie WANG, médiateur de l'ICUPC, a joué un rôle essentiel en facilitant cette cérémonie. La participation de l'École Nationale des chartes, de l'université Paris Cité et de l'Ambassade de la Chine à Paris a renforcé la collaboration interinstitutionnelle et l'engagement pour promouvoir la compréhension mutuelle.

Forme	Contenu	Accès	Médiateur	Date et Lieu
Film	Exploration des années difficiles du miracle économique chinois après la Révolution culturelle.	Sous-titres anglais	Personnel de l'ICUPC	24 octobre 2019, Université de Paris

Tableau 7.11 : La projection du film « *The marketing of steel* » organisée par l'ICUPC
(Créé le 6 septembre 2023 par Xue Han)

La projection du film « *The marketing of steel* » a permis aux participants de plonger dans une période importante de l'histoire chinoise. Le film explore les années de difficultés économiques qui ont suivi la Révolution culturelle, offrant ainsi une perspective précieuse sur la transformation de la Chine moderne. Le choix de sous-titres en anglais a favorisé l'accès pour un public plus large. Le personnel de l'ICUPC a joué un rôle central en organisant cet événement, contribuant ainsi à la compréhension des enjeux socio-économiques et culturels de la Chine contemporaine.

7.2.2. L'ICUPC : des domaines variés aux formats adaptés aux besoins des publics

L'ICUPC offre une variété d'activités culturelles couvrant différents domaines de la culture chinoise, tels que la philosophie, la calligraphie, la gastronomie, le cinéma, et plus encore. Ces activités sont conçues pour s'adapter aux besoins et aux intérêts divers de son public.

Forme	Contenu	Accès	Médiateur	Partenaire	Date et Lieu
Atelier	Calligraphie chinoise pour enfants	Langue de travail : français	Artiste calligraphe chinois	École élémentaire locale	5 avril 2021, École élémentaire de Paris

Tableau 7.12 : L'atelier de calligraphie pour enfants organisé par l'ICUPC
(Créé le 7 septembre 2023 par Xue Han)

Cet atelier de calligraphie a été spécialement conçu pour les enfants, offrant une expérience pratique et créative de l'art traditionnel chinois. Sous la guidance d'un artiste calligraphe chinois, les enfants ont eu l'occasion d'apprendre les techniques de base de la calligraphie chinoise. L'atelier s'est tenu dans une école élémentaire locale, facilitant ainsi l'accès aux enfants de la communauté. Cette activité a contribué à sensibiliser les jeunes générations à l'art et à la culture chinoises.

Forme	Contenu	Accès	Médiateur	Partenaire	Date et Lieu
Exposition	Gastronomie chinoise en ligne	Accès Internet	Personnel de l'ICUPC	Aucun	15 juin 2020 - 30 juin 2020, site Internet de l'ICUPC

Tableau 7.13 : L'exposition virtuelle sur la gastronomie chinoise organisée par l'ICUPC
(Créé le 7 septembre 2023 par Xue Han)

L'exposition virtuelle sur la gastronomie chinoise a été une initiative en ligne pour partager et célébrer la richesse de la cuisine chinoise. Les participants ont pu explorer divers aspects de la gastronomie chinoise, des plats emblématiques aux techniques culinaires. Cette exposition, hébergée sur le site Internet de l'ICUPC, a permis un accès facile à un large public. Bien que réalisée sans partenaire extérieur, cette activité a illustré la capacité de l'ICUPC à utiliser les ressources numériques pour promouvoir la culture chinoise.

L'ensemble de ces initiatives souligne la détermination de l'ICUPC à fournir des expériences culturelles nuancées et sur mesure, touchant différents groupes de public. Basées à Paris, elles

contribuent à enrichir le paysage culturel parisien, y infusant l'essence et la richesse de la culture chinoise tout en offrant des opportunités d'échanges et d'apprentissage enrichissants.

7.2.3 L'ICA : de la tradition à la modernité

La culture chinoise est riche et diverse, elle se manifeste au travers d'expressions artistiques variées qui témoignent de son histoire et de son évolution. L'ICA est un espace d'échange culturel qui offre une fenêtre sur la Chine, allant de la tradition à la modernité. Afin d'examiner les tendances récentes des activités organisées par l'ICA suite à la pandémie de Covid-19, nous avons compilé dans le tableau ci-dessous une liste de leurs activités organisées de juillet 2022 à septembre 2023.

Activité	Forme	Contenu	Partenaire	Date et lieu
Activité d'expérience « Journée de la culture chinoise »	Activité d'expérience	L'ICA et l'EMTC GRAND EST ont organisé conjointement une « Journée de la culture chinoise », attirant plus de 60 étudiants et enseignants.	EMTC GRAND EST	Samedi 9 juillet 2022, EMTC GRAND EST
Animations d'été à Colmar 2022	Stage	L'ICA participé aux animations d'été initiées par la Ville de Colmar, en organisant un stage de culture traditionnelle chinoise au Centre socio-culturel de Colmar. En raison de la forte demande suite à une pause due à la pandémie de Covid-19, l'institut a dû arrêter les inscriptions avant la date limite, limitant le nombre de participants à 20.	Ville de Colmar	Du lundi 11 au vendredi 15 juillet 2022, Centre socio-culturel de Colmar
La Journée de l'Institut Confucius en Alsace 2022	Célébration	À l'occasion de la rentrée des Associations Strasbourg 2022, l'ICA a célébré la Journée de l'Institut Confucius au Parc de la Citadelle.	-	10 et 11 septembre 2022, Parc de la Citadelle, Strasbourg
Nouvel an chinois 2023	Événement	L'ICA vous présente ses compliments et vous souhaite : Bonne année du Lapin 2023 !	-	Samedi 4 février 2023, salle de Léon XIII, 17 place Saint-Étienne, 67000 Strasbourg
Conférence et expérience de jeu de Go	Conférence et atelier	L'ICA et l'Association de Go de Strasbourg ont organisé conjointement une conférence et une activité d'expérience du jeu de Go.	Association de Go de Strasbourg	4 février 2023, Salle de Léon XIII de FEC, Strasbourg

Célébrations de la «Journée internationale de la langue chinoise » à Strasbourg	Cérémonie et ateliers	Le Consulat général de Chine à Strasbourg a organisé une cérémonie de remise des prix du concours de langue et de talent chinois, ainsi que des spectacles et des ateliers culturels chinois. L'événement a rassemblé plus de 200 enseignants, élèves et amateurs de la culture chinoise.	Consulat général de Chine à Strasbourg	15 avril 2023, l'Orangerie Strasbourg
Journée internationale de la langue chinoise 2023	Excursion culturelle	Des enseignants et élèves primés de la « Journée internationale de la langue chinoise » du Grand-Est de la France se sont rendus à Paris pour découvrir la culture chinoise.	-	20 juin 2023, Paris
Ateliers de la culture chinoise	Ateliers et concert	L'ICA et l'EMTC GRAND EST ont organisé des ateliers de culture chinoise, incluant la calligraphie, l'art du thé, et un concert de Guzheng (cithare chinoise). Plus de 50 étudiants et enseignants ont participé à cette activité.	EMTC GRAND EST	Samedi 1er juillet 2023, EMTC GRAND EST
Animations d'été à Colmar 2023	Stage	L'ICA participé aux animations d'été initiées par la Ville de Colmar, en organisant un stage de culture traditionnelle chinoise au Centre socio-culturel de Colmar.	Ville de Colmar	Du lundi 10 au jeudi 13 juillet 2023, Centre socio-culturel de Colmar
Participation au « Village des assos Strasbourg » 2023	Festival	À l'occasion du « Village des assos Strasbourg » 2023, l'ICA a célébré la Journée de l'Institut Confucius avec diverses activités culturelles chinoises, dont la calligraphie chinoise. Madame Wang Wei a été invitée pour jouer du GUZHENG, et son fils a joué de l'accordéon. Des étudiants ont également présenté la culture Hanfu chinoise. L'événement a attiré de nombreux visiteurs et a été bien reçu.	-	09 et 10 septembre 2023, Parc de la Citadelle, Strasbourg

Tableau 7.14 : La liste des activités organisées par l'ICA de juillet 2022 à septembre 2023
(Créé par Xue HAN, le 16 septembre 2023)

Au cœur de ses initiatives, l'ICA propose des cours de chinois et de culture chinoise, conçus pour répondre aux besoins des adultes et des enfants. Ces cours englobent une préparation rigoureuse au HSK, ainsi que des ateliers de calligraphie, de peinture, et des initiations aux jeux traditionnels chinois tels que le Go et le Mahjong. En plongeant dans ces cours, les apprenants ont l'opportunité d'embrasser la richesse multiforme de la culture chinoise, en explorant son évolution au travers des âges et des frontières.

Lorsque l'été arrive, l'ICA s'associe avec la Ville de Colmar et le Centre socio-culturel de Colmar pour organiser des animations d'été. Ces événements immersifs invitent les jeunes à une semaine de stage où ils peuvent s'adonner à des activités aussi diverses que la calligraphie, le maquillage de l'Opéra de Pékin, ou encore l'apprentissage du *Taiji*. C'est une occasion en or pour les participants de s'immerger joyeusement dans la culture chinoise.

En collaboration avec l'École de médecine traditionnelle chinoise (EMTC) Grand Est, l'ICA met en place des ateliers de culture chinoise. Ces sessions enrichissantes offrent aux étudiants et aux enseignants de l'EMTC une plate-forme pour approfondir leur compréhension de la culture chinoise, au travers des ateliers pratiques et des concerts de *Guzheng*, un instrument traditionnel chinois. L'ICA est également le maître d'œuvre de célébrations festives, marquant des occasions spéciales telles que le Nouvel An Chinois et la Journée internationale de la langue chinoise. Ces rassemblements festifs sont des moments de joie partagée, où les membres et les amis de l'ICA se réunissent pour célébrer les traditions chinoises dans une ambiance conviviale.

Ces activités démontrent que l'ICA se présente comme un catalyseur vibrant de la culture chinoise en Alsace, offrant des activités qui non seulement mettent en lumière la richesse et la diversité de la culture chinoise, mais favorisent également le dialogue interculturel. En facilitant ces échanges, l'ICA joue un rôle important dans le renforcement des liens entre la Chine et l'Alsace, tout en promouvant une compréhension mutuelle et une coopération enrichissante.

En révisant les activités de l'ICA, il est clair qu'il a joué un rôle important dans le développement de partenariats locaux et la mise en commun des ressources, contribuant ainsi à la création d'un environnement culturel et éducatif dynamique en France. Cette approche stratégique va au-delà de la simple communication de la culture chinoise et permet de tisser des liens profonds avec la communauté locale.

En collaborant étroitement avec des institutions telles que la Ville de Colmar et l'EMTC Grand Est, l'ICA a réussi à concevoir des programmes qui sont à la fois enrichissants et immersifs, offrant une plate-forme pour l'apprentissage et l'appréciation de l'art, de la musique et des traditions chinoises. Que ce soit au travers des ateliers pratiques de

calligraphie et de peinture, ou des célébrations festives qui marquent des occasions spéciales dans le calendrier chinois, l'ICA s'efforce de créer des expériences qui sont authentiques et résonnent avec les participants. En forgeant des alliances et en créant des opportunités d'échange culturel, l'ICA ne se contente pas de promouvoir la culture chinoise ; il facilite également un dialogue interculturel qui est fondamental pour bâtir une communauté plus inclusive et harmonieuse. Cette démarche proactive non seulement éclaire les individus sur la richesse de la culture chinoise, mais sert également de pont, encourageant la compréhension mutuelle et le respect entre les cultures diverses présentes en Alsace.

À côté des activités culturelles individuelles et collectives, une revue des IC en France¹²⁷ éditée par l'IC de Montpellier en français et chinois s'efforce de consolider la compréhension des Français sur la culture chinoise. Ces revues de deux mois s'articulent de divers thèmes tels que *Yangsheng*, la mythologie, la poésie chinoise... Disponibles aussi bien en ligne sur le site Internet de l'IC de Montpellier que dans tous les IC en France et dans les bibliothèques partenaires, ces revues s'adressent à tous, néophytes comme experts, désireux de s'immerger dans la culture chinoise. Ils constituent également un précieux support pédagogique pour les apprenants et les enseignants du chinois, facilitant ainsi l'apprentissage et l'enseignement de cette langue riche et complexe.

7.3. Le processus de la communication interculturelle des Instituts Confucius

D'après Bo Shan (2004 : 1), le groupe culturel auquel une personne appartient est basé sur de nombreux facteurs tels que l'âge, le sexe, la famille, l'origine, les critères d'alliance professionnelle ou politique, les goûts, la religion, la nationalité ou l'état économique et social. Cela signifie que les interactions entre les différents groupes culturels peuvent avoir des résultats différents en fonction des circonstances et des individus impliqués. Autrement dit, l'appartenance à un groupe culturel spécifique peut influencer la manière dont les individus perçoivent et interagissent avec les autres, et peut donner lieu à des interactions culturelles variées.

Parmi ces groupes contrastés, l'interaction culturelle peut être positive ou intéressante, ou négative ou sans intérêt (Shan, 2004 : 1). Les interactions positives et intéressantes peuvent

¹²⁷ Version électronique de la revue des IC en France. Consulté le 1^{er} août 2022. Disponible sur : <https://www.institutconfucius.fr/fr/liste-documents/magazines/all>.

favoriser la compréhension mutuelle et l'acceptation des différences culturelles, tandis que celles négatives ou sans intérêt peuvent entraîner des préjugés ou des stéréotypes.

7.3.1. Le processus de l'interculturalisation

Dans notre étude, nous examinons et explorons les variables associées aux relations communicationnelles et aux interactions interculturelles impliquées dans le processus de communication des IC. Nous abordons cette question sous divers angles, tels que culturel, social, psychologique, conceptuel et technologique. Notre approche s'inspire également des concepts d'intersubjectivité et de mode de vie utilisés par Jürgen Habermas pour expliquer la théorie du comportement interactionnel (Sun, Sun, 2010 : 39).

Selon Jacques Demorgon (2005 : 4), « la notion clé pour comprendre l'évolution historique n'est ni l'interculturel, ni l'acculturation, mais l'interculturalisation ». L'interculturel est un processus de communication et d'échange entre des individus ou des groupes appartenant à des cultures différentes. L'acculturation, quant à elle, est un processus par lequel un groupe culturel adopte les normes et les valeurs d'un autre groupe culturel. Enfin, l'interculturalisation est un processus qui implique une interaction mutuelle entre les cultures, où chaque culture est à la fois influencée et influençante. Cela signifie que les cultures ne sont pas statiques, mais qu'elles évoluent constamment en réponse aux interactions avec d'autres cultures. L'interculturalisation est donc un processus dynamique qui permet aux cultures de se développer et de s'enrichir mutuellement (Guerraoui, 2009 : 195). Dans le contexte de la mondialisation, l'interculturalisation est devenue un enjeu majeur pour la compréhension et la coopération entre les cultures.

Les IC constituent un exemple de processus d'interculturalisation tout en organisant des activités d'enseignante et d'activités culturelles, permettant aux apprenants et aux participants de découvrir la culture chinoise et de mieux comprendre les différences culturelles entre la Chine et leur propre culture. En effet, leur communication dans le contexte de la mondialisation implique nécessairement la réalité complexe des relations et des interactions interculturelles. Elle nécessite également l'adaptation et le changement des activités culturelles en tenant compte des différences de styles de vie, de modes de pensée, de valeurs et de normes sociales dans les cultures française et chinoise. Ce processus correspond bien à la théorie de l'interculturalisation. Comme le souligne Jacques Demorgon (2005 : 196), « l'apprentissage interculturel ne peut pas aboutir s'il nie les cultures, s'il les caricature, s'il reste de l'ordre de

la simple convivialité [...] L'apprentissage interculturel doit atteindre les profondeurs adaptatives et historiques des cultures en présence. Il doit aussi tenir compte des volontés humaines avec leur part d'ombre et d'incertitude, liée à l'incompréhension des situations réelles comme à la fréquente incapacité d'inventer les nécessaires solutions ». Ce faisant, le renforcement des liens entre les deux cultures et la favorisation d'une meilleure compréhension mutuelle deviendra possible.

Nous avons observé chez les participants français — qu'ils soient élèves, étudiants, employés ou retraités — un écho profond de la culture, de l'histoire et du patrimoine chinois. Les IC ont réussi à établir une connexion émotionnelle durable avec ces individus, enrichissant ainsi leur compréhension et leur appréciation de la Chine. Cela permet aux IC de devenir les institutions les plus visitées parmi celles qui leur sont similaires pour cette communauté minoritaire et de faire rayonner la culture et le patrimoine chinois et de consolider l'influence diplomatique de la Chine.

7.3.2. Une expérience culturelle inédite

Les activités culturelles sont un moyen efficace de découvrir la culture. Grâce à une variété d'activités culturelles, les IC en France permettent à un plus grand nombre de Français de faire l'expérience de la culture chinoise et d'apprendre l'histoire, la civilisation, l'économie et le développement social de la Chine, jouant ainsi un rôle majeur dans la promotion de la culture chinoise et de la Chine. Les IC en France ont construit un pont entre la Chine et la France, rapprochant les Français de la culture chinoise.

Nous observons que les activités culturelles peuvent être classifiées en trois catégories distinctes : les activités à caractère intellectuel, celles à dominante physique, et enfin, les activités qui combinent ces deux aspects. La première catégorie prend souvent la forme de conférences et de forums favorisant une compréhension plus approfondie de la culture chinoise. La deuxième catégorie concerne des expositions, des spectacles, des films, des concerts, des dégustations pouvant fournir une expérience sensorielle des éléments culturels spécifiques chinois (Li, 2017 : 6). La troisième catégorie prend la forme d'ateliers et de journées d'étude chinoise à la fois intellectuelles et physiques sensibilisant les Français à une expérience culturelle inédite de la culture chinoise.

7.3.3. Le conflit culturel

La communication interculturelle est un aspect central dans les activités des IC et peut parfois entraîner des conflits. Selon Bo Shan (2004 : 2), il est effectivement normal que la communication entraîne des conflits, de la concurrence, de la tension et de la nervosité, menant parfois à l'instabilité du système culturel et social. Cette caractéristique est inhérente aux rapports humains et fait partie des formes « normales » de la relation à l'autre, au même titre que la « bonne entente », la coopération ou l'évitement (Picard, Marc, 2008 : 3).

Malgré l'engouement de la culture chinoise auprès du public, le conflit culturel est présent dans les activités culturelles des IC. Il est courant de rencontrer des malentendus, des différends, des frictions et des conflits à certains moments (Marc, Picard, 2020 : 131). Les interactions entre les participants et les médiateurs culturels des IC peuvent être conflictuelles et tendues en raison de divergences d'intérêts, de points de vue, d'opinions, de défense identitaire, territoriale ou éthique (Marc, Picard, 2015 : 129). Les conflits peuvent découler de divergences d'intérêts, de points de vue ou d'opinions, ainsi que de la défense identitaire, territoriale ou éthique (Picard, Marc, 2008 : 3). La communication comporte des aspects verbaux, non verbaux et para-verbaux qui peuvent contribuer à ces problèmes (Baggio, 2011 : 67). Les facteurs en lien avec la Chine et les facteurs propres aux Français peuvent influencer la perception et la résolution des conflits.

Par exemple, la culture chinoise valorise l'harmonie sociale, le respect de l'autorité, le collectivisme et le compromis. La culture française, quant à elle, valorise l'individualisme, la liberté d'expression, la rationalité et la confrontation. Ces différences culturelles peuvent créer des malentendus, des frustrations ou des tensions entre les acteurs impliqués dans les activités culturelles des IC. Pour atténuer ces aspects négatifs, il est essentiel que les IC mettent en place des programmes de formation interculturelle et encouragent un dialogue ouvert et respectueux. En outre, la création d'un espace où les individus peuvent partager et discuter de leurs expériences et perspectives peut contribuer à construire une compréhension mutuelle et à réduire les barrières culturelles.

Un exemple concret de conflit découlant de la défense territoriale est l'action de Xu Lin ayant déchiré les pages sur la Fondation Chiang Ching-kuo. Les émotions intenses générées par ce conflit ont perturbé la communication des IC et rendu les situations plus difficiles à gérer

(Marc, Picard, 2015 : 137). Cet acte a provoqué une vive réaction de la part de l'EACS (*European AIDS Clinical Society*) et des médias taiwanais. Il est donc important de développer des compétences interculturelles pour favoriser le dialogue, la compréhension et la coopération entre les cultures. Autrement dit, la gestion des conflits est importante pour maintenir un environnement sain et stable, notamment dans le contexte des activités culturelles des IC. Afin de bien gérer le conflit, il faut tout d'abord avoir une connaissance sur la nature et les caractéristiques du conflit. Résoudre un conflit ne signifie pas simplement revenir à une situation antérieure en annulant les problèmes, mais plutôt sortir de la répétition de situations figées pour trouver un nouvel ajustement créatif dont chacun puisse espérer un mieux-être. Ainsi, le conflit peut-il être perçu comme un processus positif d'évolution et un puissant levier vers le changement (Marc, Picard, 2015 : 141).

Il existe plusieurs façons concrètes de résoudre le conflit. L'une des façons est au travers du dialogue, de la méta-communication et de la négociation. Cela implique souvent d'ouvrir le dialogue, d'écouter le point de vue de l'autre personne et d'exprimer clairement ses propres positions. La méta-communication consiste à prendre du recul par rapport au conflit et à discuter de la communication entre les parties impliquées. Cela peut aider à identifier les origines, les enjeux et les mécanismes du conflit et peut conduire à une meilleure compréhension des perspectives de chacun. La négociation consiste à trouver des solutions sur lesquelles les deux parties peuvent s'entendre. Cela nécessite de l'ouverture, de l'empathie et une volonté de compromis pour trouver une solution mutuellement bénéfique (Marc, Picard, 2015 : 139-141). Par ailleurs, les compétences en communication non-violente peuvent aider à résoudre les conflits et à prévenir l'instabilité (Lelarge, Servillat, Stimec, 2020 : 143). Enfin, l'écoute active et la communication positive sont également des outils importants pour gérer le conflit dans les relations humaines (Picard, Marc, 2008 : 3). Apprendre à gérer ces conflits et à améliorer la communication peut aider les IC à maintenir la stabilité de leurs activités.

Il est important pour les IC de développer les compétences interculturelles permettant de mieux comprendre les différences culturelles, d'éviter les malentendus et de gérer efficacement les conflits. En prenant en compte les valeurs et les normes des différentes cultures, il est possible de créer un environnement propice au dialogue et à la collaboration, même en présence de différences significatives.

Conclusion du chapitre 7

Ce chapitre a permis de mettre en lumière l'importance des IC dans la communication de la culture chinoise en France. Grâce à leurs activités culturelles variées et enrichissantes, les IC ont permis de sensibiliser la population française à la culture chinoise et d'ouvrir de nouvelles perspectives en matière de communication interculturelle. Toutefois, il est essentiel de reconnaître que la perception de la culture chinoise en France demeure un processus complexe, marqué par des expériences culturelles inédites et des conflits culturels. Afin de favoriser une meilleure compréhension et une appréciation mutuelle, il est important de continuer à développer des initiatives permettant de renforcer les échanges et les interactions entre ces deux cultures.



CHAPITRE 8 : UN NOUVEAU STATUT DE COMMUNICATION



Introduction du chapitre 8

S'il est vrai que la communication de la culture chinoise en France a obtenu certains résultats, les problèmes existants méritent également d'être explorés. Comment les IC peuvent-ils améliorer leur communication de la culture chinoise *via* les activités culturelles ? Comment faire en sorte que les Français comprennent mieux la culture chinoise ? Ce sont des défis auxquels sont confrontés les dix-sept IC en France. Afin d'aider les IC à les surmonter, nous proposons des solutions allant du changement des concepts fondamentaux de leur communication à l'adaptation pratique de leurs activités culturelles. L'adoption d'un nouveau statut communication aide les IC à mieux se positionner dans leur communication tandis que l'adaptation pratique des leurs activités culturelles les aide à résoudre des problèmes concrets tels que le renforcement de la construction des équipes communicationnelles et la création de nouveaux contenus de communication.

Dans ce chapitre, nous présentons une analyse approfondie des douze entretiens menés auprès de participants français des IC de Nice, Paris et Strasbourg. Ces entretiens semi-directifs ont fait l'objet d'un codage systématique visant à dégager les principaux thèmes abordés par les répondants. Chaque réponse a ainsi été décomposée en une série de codes représentant les idées clés. Ces codes ont ensuite été regroupés en catégories conceptuelles grâce à une analyse de contenu. Puis, par un processus de catégorisation de niveau supérieur, ces catégories ont été rassemblées en thèmes centraux reflétant les points saillants des entretiens. Cette démarche méthodique d'analyse qualitative nous a permis de faire émerger trois thématiques prédominantes, qui structurent les trois sections de ce chapitre.

Dans un premier temps, nous nous concentrerons sur la manière dont les participants français perçoivent les activités culturelles proposées par les IC. Nous étudierons en détail les types d'activités qui suscitent le plus d'intérêt parmi les participants. Nous explorerons également leurs motivations initiales pour s'engager dans ces activités. De plus, nous analyserons l'évolution de leur intérêt, de leur perception et de leur comportement au fil du temps. Ensuite, nous nous pencherons sur l'adéquation entre les offres culturelles des IC et les attentes du public. Nous examinerons les attentes exprimées par les Français, leur évaluation de la pertinence de la culture présentée par les IC ainsi que la signification accordée à leur

participation aux activités. Enfin, dans une troisième section, nous aborderons les stratégies de communication interculturelle déployées par les IC auprès des Français. Nous analyserons leurs approches, les résultats perçus et la nécessité de relocaliser leurs activités pour améliorer leur impact.

Tout au long du chapitre, nos analyses s'appuient sur l'ensemble des données recueillies lors des entretiens, et notamment sur une étude de cas détaillée. L'objectif est d'explorer de manière structurée et complémentaire la communication culturelle des IC en France sous différents aspects.

8.1 : La perception française des activités culturelles

« La communication interculturelle est un phénomène historiquement culturel : accompagnant le développement de l'être humain, elle constitue également un mode de vie de celui-ci » (Shan, 2004 : 1). Il est donc important pour les IC en France de promouvoir la compréhension et des relations mutuelles au niveau interculturel pour aider les individus et la société française à mieux répondre à leurs besoins.

En France, il existe actuellement dix-sept IC proposant des cours de chinois, des conférences, des expositions, des spectacles et d'autres activités culturelles. Ces activités visent à favoriser le dialogue interculturel et à renforcer les liens sino-français. Quels sont les effets de ces activités sur les participants français ? Comment ces derniers se reconstruisent-ils en tant qu'individus et membres d'une société multiculturelle ? C'est la question que pose cette thèse, s'appuyant sur des entretiens qualitatifs avec des participants des IC en France.

L'étude montre que les participants français aux activités culturelles des IC vivent une expérience enrichissante à plusieurs niveaux. D'abord, ils développent une compétence interculturelle leur permettant de mieux comprendre et d'apprécier la diversité culturelle. Ensuite, ils acquièrent une connaissance globale de la Chine, de son histoire, de sa société et de ses valeurs. Ils se forgent ainsi une image plus positive de ce pays. Enfin, ils se découvrent eux-mêmes au travers du contact avec une autre culture. Par conséquent, les activités culturelles proposées par les IC offrent aux participants français une chance de s'enrichir, contribuant ainsi à leur développement personnel et à leur ouverture sur le monde.

8.1.1. : Les types d'activités préférées

Les activités culturelles proposées par les IC couvrent un large éventail de domaines, englobant la langue, la musique, la peinture, la calligraphie, la gastronomie, le cinéma, la littérature, la philosophie, et l'histoire, entre autres. Les entretiens ont permis d'identifier divers types d'activités préférées parmi les participants, reflétant leurs centres d'intérêt, leurs besoins et leurs attentes.

L'une des festivités qui se démarque est la célébration du Nouvel An chinois. Cette célébration occupe une place prépondérante dans les préférences des Français, étant perçue comme un moment de joie et de découverte. Une participante retraitée a illustré cette affection en partageant son rituel annuel de se rendre dans le treizième arrondissement de Paris pour s'immerger pleinement dans les festivités du Nouvel An chinois.

Citation, Entretien 1 ICCA : Ma grande joie, tous les ans, je vais à Paris dans le treizième arrondissement, je prends un hôtel, j'assiste à toutes les festivités du Nouvel An chinois.

Par ailleurs, les activités liées à la musique et à la poésie chinoises sont très appréciées, offrant une plate-forme d'expression et d'immersion dans la culture chinoise. Deux participants ont même partagé leur engagement actif dans le chant de chansons chinoises, témoignant ainsi de l'impact profond de ces activités.

Citation, Entretien 6 ICA : J'ai participé activement parce que je chante des chansons en chinois.

Citation, Entretien 12 ICUPC : Tout ce qui est lié à la musique parce que je chante en chinois.

En outre, un désir d'exploration plus profonde de la culture chinoise est manifeste, avec une inclination pour les activités centrées sur l'histoire, la littérature et la philosophie chinoises. Cette approche plus intellectuelle est vue comme une voie vers une compréhension plus riche de la culture chinoise, comme l'ont souligné des participantes venant des trois IC.

Citation, Entretien 3 ICCA : Oui, mais il peut aussi ajouter d'autres choses. Il y a des cultures chinoises, non pas une ou quelques cultures chinoises.

Citation, Entretien 4 ICCA : Il est important d'intégrer du contenu sur l'histoire, la littérature et la philosophie pour mieux comprendre la culture chinoise.

Citation, Entretien 8 ICCA : Je suis très attiré par la pensée chinoise, je ne sais pas pourquoi derrière mais je pense qu'il faut non seulement lire mais il faut qu'il y ait une personne qui fasse des rapports entre la culture chinoise et ma culture pour que je comprenne mieux.

Citation, Entretien 12 ICUPC : Peut-être faudrait-il développer davantage. Par exemple, en termes d'instruments, il n'y a que le Guqin alors qu'au centre culturel de Chine à Paris, il y a le Pipa, le Erhu et plein d'autres choses. Il faut plus développer le côté culturel de la Chine dans l'ICUPC, car les cours sont déjà bien développés. Les cours là-bas sont bien parce qu'ils proposent plein de cours et de niveaux différents. Il y en a pour tout le monde et chacun y trouve son bonheur. Et généralement, les profs sont vraiment intéressants.

En même temps, les répondants de notre questionnaire de confirmation en ligne évaluent l'efficacité des activités des IC dans la transmission de la culture chinoise. Ils pensent également que les activités sont plutôt adaptées au contexte culturel français, mais qu'il faudrait les améliorer sur plusieurs aspects, tels que l'organisation, la communication, la variété et l'interaction.

Ces préférences exprimées par les participants français appellent à une réflexion profonde sur l'orientation des activités des IC. Il est impératif que les IC adaptent leurs offres pour mieux répondre aux attentes du public, en tenant compte de l'attrait significatif des célébrations du Nouvel An chinois et de la demande pour une diversification des activités, incluant des éléments d'histoire, de littérature et de philosophie. Pour optimiser leur impact, les IC doivent s'appuyer sur les théories de la communication interculturelle. Par exemple, en tenant compte des spécificités des cultures à contexte élevé et faible, une théorie développée par Edward T. Hall (1976 : 105), les IC peuvent créer des programmes qui favorisent une meilleure compréhension mutuelle. De plus, en appliquant les principes de la théorie de la localisation, ils garantiront des offres pertinentes et attrayantes pour le public. Ainsi, il est clair que pour maximiser leur impact, les IC devraient s'aligner sur les préférences et les attentes du public, en s'appuyant sur des théories solides de la communication interculturelle. Enfin, en tenant compte des retours précieux des participants français, les IC ont l'opportunité de concevoir des activités qui non seulement résonnent bien avec leur public, mais aussi favorisent une compréhension plus profonde et enrichissante de la culture chinoise.

8.1.2. Les motivations de la participation

La Chine est un pays offrant de nombreuses opportunités professionnelles pour les personnes intéressées par sa langue et sa culture. D'un côté, la venue des touristes chinois apporte des avantages aux métiers tels que guide touristique, vendeur de produits de luxe, hôtelier ou restaurateur. Ces métiers nécessitent de maîtriser le chinois à l'oral et à l'écrit, ainsi que les

codes culturels et les attentes des clients chinois. Ces compétences sont très recherchées sur le marché du travail en France, car les touristes chinois y sont nombreux et ont un fort pouvoir d'achat. D'un autre côté, en tant qu'usine du monde, la Chine accueille de nombreuses sociétés étrangères qui installent des locaux en Chine. Pour mieux gérer ces locaux, des managers sont motivés pour apprendre la langue et la culture chinoises. Ces métiers nécessitent de maîtriser le chinois des affaires, ainsi que les règles juridiques, fiscales et sociales du pays. Ces compétences sont très valorisées par les employeurs, car les managers doivent être capables de communiquer efficacement avec les partenaires et les employés chinois.

Nos entretiens révèlent une palette de raisons des Français pour participer aux activités culturelles des IC, allant de l'intérêt pour la langue chinoise à une fascination pour la culture, en passant par des motivations personnelles ou professionnelles. L'un des moteurs principaux est l'intérêt pour la dynamique de l'intégration de la civilisation chinoise dans le contexte moderne, comme le souligne une participante retraitée : « Je suis très intéressée de voir comment les Chinois s'intègrent dans les communes du nouveau siècle et comment ils parviennent à intégrer leur civilisation avec la civilisation moderne en constante évolution » (Entretien 1 ICCA). Cette citation met en lumière une curiosité profonde pour la manière dont la culture chinoise navigue entre tradition et modernité. Par ailleurs, l'apprentissage de la langue chinoise se révèle être une motivation significative, servant de passerelle vers une compréhension plus profonde de la culture chinoise. Une participante employée exprime cette aspiration au travers de son désir de pratiquer le chinois et d'approfondir sa connaissance de la Chine.

Citation, Entretien 5 ICCA : C'est dans le but de pratiquer le chinois et d'en apprendre davantage sur la Chine.

En évoquant la théorie de l'adaptation culturelle de Young Yun Kim (2000 : 97-117), nous observons que l'engagement dans les activités des IC peut être un processus évolutif, où la familiarisation progressive avec la culture chinoise façonne et affine les motivations individuelles. Un participant étudiant illustre cette dynamique en notant que chaque apprentissage enrichit sa perspective, une notion corroborée par une autre participante étudiante qui a vu sa perception de la culture chinoise évoluer grâce à sa participation aux activités de l'ICCA et à ses études en littérature chinoise.

Citation, Entretien 3 ICCA : Chaque fois que j'apprends des choses, ça change un petit peu dans la perspective.

Citation, Entretien 4 ICCA : Ma perception de la culture chinoise a évolué grâce à ma participation aux activités culturelles de l'ICCA, ainsi qu'à ma formation en littérature chinoise lors de ma licence.

En conclusion, il ressort que les motivations des Français à participer aux activités des IC sont multiples et susceptibles d'évoluer au fil du temps. Dans ce contexte, il est impératif pour les IC de rester à l'écoute de ces motivations fluctuantes afin de répondre de manière pertinente aux besoins et aux intérêts diversifiés de leur public. Cela implique de proposer un éventail d'activités qui embrassent les différentes facettes de la culture chinoise, tout en favorisant un environnement d'apprentissage propice à l'interaction et à l'échange interculturel, permettant ainsi une immersion profonde et enrichissante dans la culture chinoise.

8.1.3. Le changement

Les IC ont joué un rôle significatif dans la promotion de la culture chinoise en France. Les activités culturelles organisées par les IC ont non seulement permis aux Français de découvrir la richesse et la diversité de la culture chinoise, mais ont également influencé leur comportement et leur perception de la Chine (Hofstede, 2001 : 9-47).

a. L'impact sur l'intérêt pour la culture chinoise

L'impact sur l'intérêt pour la culture chinoise des participants français aux activités culturelles des IC est manifeste et diversifié. Leur curiosité s'est éveillée à de multiples aspects de la culture chinoise, allant de la langue à la philosophie, de l'histoire à la littérature, et bien au-delà. Cela se reflète dans les témoignages des participants, qui illustrent la profondeur de leur engagement dans cette exploration culturelle. Une participante retraitée a exprimé un vif intérêt global pour la Chine, affirmant que « Tout m'intéresse de la Chine. Franchement, c'est tout » (Entretien 1 ICCA). Un participant étudiant a souligné l'attrait du chinois en tant que langue fascinante en disant : « Le chinois est très différent du français. Ça me plaît un peu de découvrir » (Entretien 3 ICCA). Un participant retraité a partagé son désir personnel de comprendre les différentes cultures et a trouvé dans l'ICA une opportunité de le faire en affirmant : « Personnellement, je m'intéresse aux différentes cultures. L'ICA m'a permis de voir comment ça se passe chez les Chinois » (Entretien 7 ICA).

Certains participants ont également manifesté leur intérêt pour la culture contemporaine et la vie quotidienne des Chinois, qu'ils connaissent moins que la culture traditionnelle. Par exemple, une participante retraitée a dit qu'elle était intéressée par la façon dont les Chinois s'intègrent dans les communes du nouveau siècle (Entretien 1 ICCA) et une autre participante retraitée a exprimé le souhait d'avoir plus d'activités sur la culture moderne (Entretien 2 ICCA).

Ces témoignages des participants mettent en évidence l'impact positif des activités culturelles des IC sur l'intérêt pour la culture chinoise et leur capacité à élargir les horizons culturels des participants français. Ces activités offrent une occasion unique d'explorer et de comprendre la culture chinoise, offrant une opportunité d'explorer et de s'engager avec une culture différente, favorisant ainsi l'enrichissement personnel et la compréhension interculturelle.

b. Le changement de perception

Les activités culturelles organisées par les IC ont également joué un rôle essentiel dans la transformation de la perception qu'avaient les Français de la Chine. Plusieurs participants ont témoigné de leur découverte d'aspects de la culture chinoise qu'ils ignoraient ou qu'ils avaient mal interprétés par le passé. Par exemple, un participant étudiant a partagé : « J'ai appris que la langue chinoise n'est pas si compliquée que ce que les gens disent. Chaque fois que j'apprends des choses, ça change un petit peu dans la perspective » (Entretien 3 ICCA).

En outre, certains participants ont remis en question les stéréotypes et les préjugés qu'ils avaient pu entretenir à l'égard de la Chine ou des Chinois, basant leurs nouvelles perspectives sur leurs propres expériences ou sur les informations qu'ils ont reçues des IC. Par exemple, un participant employé a expliqué : « Les activités culturelles de l'ICUPC et mon expérience personnelle comme voyage, tout cela a contribué à l'évolution de ma perception de la culture chinoise. Pendant les cours de chinois, j'ai mieux compris le mode de pensée des Chinois. Par exemple en grammaire, il y a des éléments dans la phrase qu'on va mettre au début en chinois alors on les met plutôt à la fin en français. Et puis c'est là qu'on se dit que les Chinois résonnent peut-être différemment » (Entretien 10 ICUPC).

En somme, les activités culturelles des IC ont non seulement éveillé l'intérêt des Français pour la culture chinoise, mais elles ont également profondément modifié leur perception de la Chine, en la rendant plus nuancée et critique.

c. Les influence sur les comportements

L'engagement dans les activités culturelles des IC va bien au-delà d'une simple participation ; il s'agit d'un processus profond qui mobilise le corps et l'esprit, permettant une immersion dans la richesse et la complexité de la culture chinoise. Cette immersion profonde offre une perspective élargie, facilitant la compréhension des nuances que d'autres pourraient ne pas saisir. Les activités des IC ont façonné les comportements (Kim, 2000 : 97-117) des Français de diverses manières, les incitant à embrasser une nouvelle culture, à changer leurs perspectives et à s'ouvrir davantage à la diversité culturelle. Cette influence est illustrée par les témoignages des participants :

Citation, Entretien 3 ICCA : « Je voudrais avoir des séjours linguistiques ou des échanges avec des Chinois. ».

Citation, Entretien 4 ICCA : « Je voudrais devenir enseignante de français en Chine ».

Citation, Entretien 8 ICA : « J'ai eu la volonté d'enseigner (le chinois) parce que justement je m'y intéresse vraiment ».

Citation, Entretien 11 ICUPC : « Pour le futur, j'aimerais explorer plus profondément la musique chinoise, qu'elle soit traditionnelle ou moderne. J'ai envie d'apprendre plus sur ce sujet ».

Ces témoignages mettent en lumière l'impact positif des activités des IC sur les comportements des Français. Cependant, ils soulignent également les défis auxquels les IC sont confrontés, notamment le besoin d'une représentation plus profonde et diversifiée de la culture chinoise, et l'amélioration de la communication interculturelle. Pour naviguer dans la complexité du monde contemporain, il est impératif pour les IC d'adopter une approche qui va au-delà de la simple connaissance des traditions et de l'histoire. Il est nécessaire de comprendre les logiques, les valeurs et les émotions qui sous-tendent la culture chinoise, afin de favoriser une communication et une coopération harmonieuses.

Dans cette optique, François Bayrou, Président du Conseil d'Administration de l'Association IC de Pau Pyrénées, met l'accent sur l'importance de la compréhension mutuelle, affirmant que : « conscients de nos différences et forts de nos histoires propres, notre ambition est à la hauteur de l'enjeu de compréhension mutuelle indispensable à notre humanité. Nos échanges

culturels, linguistiques et artistiques sont une chance pour la ville de Pau, il s'agit de construire un regard différent sur notre partenaire du bout du monde et d'interroger notre propre rapport au monde¹²⁸ ».

8.2. La correspondance culturelle entre les offres et les attentes

Bien que la culture chinoise soit largement appréciée pour sa richesse et son ancienneté, les activités des IC sont parfois perçues comme offrant une vision limitée et stéréotypée, centrée sur des événements traditionnels tels que le Nouvel An chinois et la fête des bateaux-dragons. Les participants expriment un désir de voir une représentation plus nuancée et contemporaine de la culture chinoise, englobant à la fois tradition et modernité, pour une expérience plus enrichissante et pertinente.

8.2.1. Les attentes concernant la culture chinoise et les activités des IC

La culture chinoise, avec ses racines plongeant profondément dans des millénaires d'histoire et de tradition, exerce un attrait auprès des Français. Cet engouement est particulièrement perceptible à notre époque marquée par la mondialisation et une coopération sino-française renforcée. Il ne s'agit pas d'une simple fascination pour l'ailleurs ou l'exotique, mais d'une aspiration à comprendre et à apprendre. Les IC sont au centre de cette dynamique, offrant des programmes et des activités qui cherchent à répondre à cette curiosité grandissante. Cependant, les témoignages recueillis traduisent une attente d'une expérience plus immersive et plus authentique. Les Français aspirent à plus que de simples connaissances livresques ou des vidéos ; ils veulent vivre, ressentir et toucher la réalité de la culture chinoise. Cet intérêt se manifeste de diverses manières.

Premièrement, la culture chinoise traditionnelle, riche et ancienne, fascine les participants français. Cependant, leur curiosité ne s'arrête pas là : ils expriment également un vif intérêt pour la culture chinoise contemporaine, reflétant une volonté de découvrir la Chine dans sa globalité, passée et présente. Une participante retraitée met en évidence cette aspiration. Elle évoque une connaissance limitée de la Chine contemporaine, principalement due à la représentation médiatique souvent réductrice. Pour elle, l'ICCA offre une fenêtre ouverte vers cette culture actuelle, moins connue, au travers des conférences et des échanges. La mention

¹²⁸ Déclaration du Président François Bayrou. Consulté le 02 août 2022. Disponible sur <https://www.icpp.fr/a-propos>.

de la fête *Qixi*, la Saint-Valentin chinoise, sert d'exemple concret de sa découverte de la Chine moderne (Entretien 1 ICCA). Une autre participante retraitée exprime une soif de connaissance plus ciblée. Son souhait est de plonger dans le monde du cinéma, de la musique, de la littérature et des arts visuels chinois modernes. Elle souhaite en particulier que l'ICCA mette en avant des figures emblématiques de la Chine d'aujourd'hui, qu'il s'agisse d'acteurs, de musiciens ou d'écrivains. La référence à Pearl Buck, lauréate du Prix Nobel, montre que son intérêt s'étend aussi à ceux qui ont contribué à faire le pont entre les cultures chinoise et occidentale (Entretien 2 ICCA). Un participant employé rappelle à quel point la Chine est restée mystérieuse aux yeux du monde occidental jusqu'à une période récente. Il évoque les années 1990 et 2000 comme un tournant, avec les Jeux Olympiques de Pékin servant d'introduction pour beaucoup à la Chine moderne (Entretien 10 ICUPC). D'ailleurs, la musique chinoise, dans toute sa diversité, est mise en avant par un autre participant employé comme un domaine que les Français souhaiteraient explorer davantage, qu'elle soit traditionnelle ou moderne (Entretien 11 ICUPC). Ces témoignages expriment le désir des participants français que les IC diversifient et approfondissent leurs activités afin de présenter un panorama plus large et nuancé de la culture chinoise, englobant à la fois la tradition et la modernité. Une adaptation des contenus au public permettrait de rendre ces activités plus pertinentes et attrayantes.

Deuxièmement, sur le plan académique, l'importance de la langue chinoise s'est renforcée dans le contexte mondial, notamment sur le marché du travail et dans le milieu éducatif. L'examen HSK, en tant que baromètre de compétence linguistique en chinois, revêt donc une grande importance. Après la crise de la pandémie de Covid-19, l'ICCA a enregistré un afflux significatif de demandes concernant l'organisation de sessions pour cet examen. Ces demandes provenaient d'une variété de publics : des élèves inscrits en classes de chinois dans les écoles niçoises, des professionnels désirant travailler en Chine, ou encore des étudiants souhaitant effectuer un échange académique en Chine. Notamment, pour les étudiants en licence *Langues étrangères appliquées option chinois* à l'université Côte d'Azur, l'examen HSK s'impose souvent comme une nécessité, particulièrement pour ceux envisageant un programme d'échange, étant donné que le niveau HSK 3 ou 4 est fréquemment requis. Dans ce contexte, l'idée d'organiser des sessions de révision en groupe pour l'examen HSK a été évoquée. L'accompagnement par un enseignant spécialisé serait, selon un étudiant, un atout majeur pour la préparation.

Citation, Entretien 3 ICCA : Il est possible d'organiser des sessions de révision en groupe pour l'examen HSK, ce qui peut être bénéfique pour de nombreux apprenants s'ils sont accompagnés d'un professeur.

Troisièmement, une autre demande émergente concerne la fréquence et la variété des activités culturelles. Les participants expriment une aspiration à des ateliers réguliers couvrant un éventail de domaines, allant de la musique et la danse à la gastronomie et la littérature. Cela souligne un besoin non seulement de quantité mais aussi de qualité et de diversité dans les programmes.

Citation, entretien 5 ICCA : Il serait bien d'organiser des activités plus fréquemment, par exemple toutes les deux semaines ou une fois par mois.

Citation, entretien 9 ICA : Il doit en faire plus faire plus d'ateliers.

Quatrièmement, trois participants ont mis en évidence le désir d'étendre les activités culturelles au-delà des locaux habituels des IC. Ils souhaitent que la culture chinoise soit davantage accessible dans des espaces variés, permettant une expérience enrichie.

Citation, Entretien 1 ICCA : Il serait pas mal de proposer des activités culturelles en dehors de l'ICCA afin de permettre à un plus grand nombre de personnes de découvrir la culture chinoise.

Citation, Entretien 10 ICUPC : Je n'ai pas vraiment de suggestion. Peut-être pourrait-il organiser des événements en extérieur, pas uniquement dans les locaux de l'université.

Citation, Entretien 12 ICUPC : Les personnes extérieures à l'université ne sont pas suffisamment informées de ce qui se passe au sein de l'ICUPC, à moins d'être passionnées par la Chine. Il serait dommage de ne pas trouver un moyen de développer cette communication pour attirer davantage de personnes vers l'institut. Je pense que ce serait pas mal d'intervenir dans plein d'autres endroits en dehors du campus.

Enfin, les participants soulignent également l'importance de l'interactivité, de la convivialité, de l'accessibilité et de l'adaptation aux niveaux et centres d'intérêt individuels dans les activités proposées par les IC. Ils expriment clairement leur satisfaction à l'égard de ces éléments, mettant en lumière l'impact positif qu'ils ont sur leur expérience. Une participante retraitée a noté : « J'ai assisté à une journée de présentation de Confucius à Sophia Antipolis. La possibilité de se garer facilement avec la voiture était pratique. La date du week-end a été bien choisie. Pour le contenu, je suis intéressée par tout le contenu proposé. De plus, le repas convivial à l'occasion d'une fête, ou simplement prendre un café ou un thé, est très sympathique car cela permet d'échanger avec les autres participants. Même si lors de la conférence, il n'est pas possible de parler, il est important de pouvoir échanger avec les autres

étudiants chinois présents pour cette occasion » (Entretien 2 ICCA). Un participant étudiant a souligné que, pour lui, « La forme ça peut être bien de travailler plusieurs choses différentes mais je pense que surtout le contenu et l'intervenant sont les plus importants. Si la personne est passionnée par le contenu, ça me passionne aussi » (Entretien 3 ICCA). De manière similaire, lors d'un entretien avec un participant employé, il a dit : « L'intervenant est important parce que c'est lui qui va rendre l'activité vraiment intéressante ou pas » (Entretien 8 ICA). Ces citations illustrent l'importance de la qualité de l'interaction, de la pertinence du contenu et de l'engagement des intervenants dans les activités des IC, qui contribuent grandement à l'expérience positive des participants.

Pour répondre de manière optimale aux attentes mentionnées ci-dessus, les IC pourraient envisager plusieurs stratégies pour élargir et enrichir leur palette d'activités culturelles. Cela pourrait inclure la sortie des activités en dehors des locaux des IC, l'augmentation de la fréquence des activités, une communication améliorée autour des événements à venir, et l'intégration de contenus mettant en lumière la Chine contemporaine, y compris la vie quotidienne des Chinois, ainsi que les perspectives de penseurs et artistes modernes.

Notons par ailleurs que l'ICCA a déjà adopté une approche similaire en délocalisant certaines de ses activités. Les villes de Nice, Grasse, Toulon, Roquebrune Cap-Martin et Monaco ont déjà accueilli des événements organisés par l'institut. Une conférence sur le système de la langue et de l'écriture chinoises, animée par Xiaomin Giafferri, experte en langue et culture chinoises, s'est tenue d'ailleurs à Monaco le 10 octobre 2023, illustrant cette volonté d'expansion.

En somme, les Français attendent des IC qu'ils étendent leurs activités au-delà de leur cadre institutionnel pour toucher un public plus large, qu'ils répondent aux besoins académiques et linguistiques des apprenants en organisant des sessions de révision pour les examens linguistiques, et qu'ils représentent fidèlement et de manière diversifiée la culture chinoise en proposant des activités qui embrassent les traditions ancestrales et les dynamiques contemporaines de la Chine. En prenant en compte ces attentes, les IC ont l'opportunité de construire un programme d'activités qui répond mieux aux désirs et aux besoins des Français, favorisant ainsi un échange culturel enrichi et mutuellement bénéfique.

8.2.2. La pertinence perçue de la culture chinoise proposée par les IC

La culture chinoise, riche de son histoire et de sa diversité, suscite un intérêt croissant dans le monde. Les IC, des organisations à but non lucratif, jouent un rôle majeur dans la diffusion de la langue et de la culture chinoises en France. À partir de douze entretiens menés auprès de participants français aux activités des IC, nous analysons leur perception de la culture chinoise proposée par ces instituts. Nous montrons que les participants apprécient la culture chinoise pour sa richesse, son ancienneté et son attrait, mais qu'ils émettent également des réserves sur la représentativité et la profondeur des activités culturelles organisées par les IC.

Les participants expriment leur admiration pour la culture chinoise, qu'ils considèrent comme l'une des plus anciennes et des plus riches civilisations du monde. Ils citent des domaines variés tels que la philosophie, la littérature, l'architecture, la peinture, la musique et les inventions. Par exemple, une participante retraitée déclare : « La culture chinoise a apporté des contributions indispensables à l'humanité et continue de le faire » (Entretien 1 ICCA). Une autre participante retraitée mentionne : « La Chine dispose d'un patrimoine extrêmement riche. Elle rivalise même avec la Grèce et l'Italie en termes de richesse culturelle » (Entretien 2 ICCA). Une participante employée évoque : « La culture chinoise est très large, chaque province et chaque région ayant sa propre culture. Les festivals, la cuisine et les arts martiaux m'intéressent beaucoup » (Entretien 5 ICCA). Une participante employée partage : « Je trouve la culture chinoise intéressante et très différente de la culture européenne. Je m'intéresse à ses coutumes et ses interactions. C'est une culture qui rassemble les anciens et les jeunes » (Entretien 12 ICUPC).

Toutefois, ils reconnaissent également que la véritable compréhension de cette culture complexe et diversifiée ne peut pas être acquise uniquement par les cours de langue et les ateliers culturels proposés par les IC. Ils soulignent que ces activités ne reflètent qu'une partie superficielle de la culture chinoise, souvent réduite à des événements folkloriques ou stéréotypés. Par exemple, une autre participante retraitée exprime : « Je ne connais pas suffisamment la vie des jeunes Chinois actuels en Chine. Nous n'avons pas encore eu de conférences à ce sujet » (Entretien 2 ICCA). Une participante employée affirme : « C'est un complément de ma formation bien poussée sur ça. Je peux pratiquer mon chinois. Oui, je pense qu'il y a moyen de faire encore plus et de développer les IC dans toute la France, car en fait il n'y a que des petits points stratégiques en France, mais il n'y en a pas partout et ça je

trouve ça dommage. Il y a aussi des gens qui veulent apprendre dans les petites villes » (Entretien 12 ICUPC).

En conclusion, les participants français aux activités des IC ont une perception globalement positive de la culture chinoise, mais aussi critique sur la manière dont elle est présentée par les IC. Ils admirent la richesse, la diversité et le charme de la culture chinoise, mais ils expriment également leur besoin d'une compréhension plus profonde et plus nuancée, qui dépasse les clichés traditionnels et folkloriques. Ils aspirent à découvrir les aspects contemporains et profonds de la culture chinoise, tels que la littérature moderne, l'histoire récente et les dynamiques sociales actuelles.

8.2.3. La signification de la participation culturelle pour les Français

Les activités culturelles des IC encouragent les participants à adopter une attitude ouverte et curieuse envers la culture chinoise, ce qui peut favoriser une meilleure compréhension et une plus grande tolérance envers les différences culturelles. Les témoignages recueillis lors des entretiens révèlent une gamme variée de significations que les participants attribuent à leur engagement, mettant en lumière des aspects tels que l'enrichissement personnel, les opportunités d'apprentissage et la connexion avec la communauté chinoise en France.

a. L'approfondissement de la compréhension de la culture chinoise

Les activités culturelles orchestrées par les IC invitent les participants français à plonger dans l'univers riche et diversifié de la culture chinoise, favorisant ainsi une attitude plus ouverte et tolérante vis-à-vis des différences culturelles. Cette immersion permet non seulement de déconstruire les stéréotypes et préjugés mais aussi d'offrir un terrain fertile pour l'enrichissement personnel et l'apprentissage. Une participante, à la fois employée et ancienne étudiante, met en avant l'aspect éducatif enrichissant des activités, affirmant : « En tant qu'étudiante, je trouve qu'elles me permettent d'apprendre des choses que je ne peux pas acquérir en classe » (Entretien 5 ICCA). Cette notion d'enrichissement est également soulignée par un autre participant employé qui note une amélioration dans sa perception de la culture chinoise, exprimant : « Oui, avant de participer, je connaissais peu et mal la culture chinoise. Grâce à ces événements, j'ai pu découvrir les chansons actuelles de Chine et en apprendre davantage sur cette culture. Maintenant, je suis heureux d'être capable de chanter des chansons populaires chinoises » (Entretien 11 ICUPC).

b. L'élargissement du champ de vision culturelle

Les initiatives des IC servent de catalyseur pour élargir le champ de vision des participants, en leur faisant découvrir des facettes de la culture chinoise qui sont parfois très éloignées de leur propre héritage culturel. Cela se traduit par une découverte enrichissante de nouvelles formes d'art, de poésie et de musique, comme en témoignent les participants. Cette exploration culturelle, bien plus qu'une simple découverte, se présente comme une opportunité d'appréciation profonde de la culture chinoise, offrant une plate-forme pour une immersion significative dans l'univers chinois. Un participant employé a apprécié cet aspect en partageant : « J'avais très peu de contact avec la musique chinoise et je trouve maintenant que la musique est encore mieux que des mots. Le fait que la culture chinoise est raffinée, délicate et avancée mais la musique en parle bien » (Entretien 8 ICA).

c. La facilitation de la réalisation des aspirations professionnelles

Les IC en France, en proposant des cours de langue chinoise et des formations professionnelles, jouent un rôle déterminant dans l'accompagnement des participants dans la réalisation de leurs projets professionnels. Ces formations, saluées par les participants français pour leur efficacité, offrent une chance inestimable de développer des compétences linguistiques et interculturelles.

Les participants envisagent même des opportunités professionnelles futures en Chine, soulignant ainsi l'influence significative des IC dans la facilitation de leurs aspirations de carrière. Comme l'explique un participant employé : « J'ai eu la volonté d'enseigner (le chinois) parce que justement je m'y intéresse vraiment » (Entretien 8 ICA). Cette citation illustre la motivation intrinsèque des participants à s'investir dans l'apprentissage du chinois, ouvrant de nouvelles perspectives de carrière à l'étranger. L'enseignement dispensé par les IC semble avoir un impact concret sur les projets d'avenir des étudiants, en leur donnant accès à de nouveaux débouchés professionnels liés à la culture chinoise, comme l'affirme aussi un participant employé : « J'ai également eu l'opportunité de rencontrer Mme Li Ye qui a apprécié ma prestation et m'a proposé de rejoindre le chœur chinois. Grâce à ce spectacle, je vais maintenant faire partie de cette troupe » (Entretien 11 ICUPC). Les opportunités entrevues montrent que l'intérêt pour la culture chinoise suscité par les IC peut déboucher sur des aspirations tangibles.

En conclusion, il apparaît essentiel que les IC continuent de s'appuyer sur des cadres théoriques solides en communication interculturelle afin d'enrichir leurs activités. En intégrant des stratégies issues de différentes théories comme la localisation et les effets de la communication, les IC pourraient concevoir des initiatives mieux adaptées aux attentes et centres d'intérêt du public. Cette approche favoriserait un dialogue interculturel riche et une compréhension mutuelle approfondie. Concrètement, une communication localisée et contextualisée permettrait aux IC de renforcer leur impact et leur pertinence en France, en créant des ponts durables entre les cultures chinoise et française. Plutôt qu'une communication standardisée, c'est en encourageant un engagement actif et réfléchi avec la culture chinoise que les IC ouvriront la voie à des échanges interculturels constructifs entre la Chine et la France.

8.3. Les stratégies de communication interculturelle des Instituts Confucius

À partir des témoignages recueillis au cours des entretiens, il est évident que les IC ont réussi à établir une appréciation significative de la culture chinoise parmi les participants français. Cependant, il a également été souligné un besoin pressant de diversifier et d'approfondir les activités culturelles pour éviter une représentation stéréotypée et superficielle de la culture chinoise. En tenant compte de ces retours, nous examinerons l'approche intégrée des IC en matière de communication, la réception de leurs actions par le public, et l'importance de relocaliser leurs initiatives pour mieux résonner avec les nuances culturelles locales.

8.3.1. L'approche de communication intégrée des Instituts Confucius

Nous analysons comment les IC utilisent une approche de communication intégrée pour promouvoir la culture chinoise auprès des Français. Nous examinons les différents canaux, outils et contenus utilisés par les IC pour atteindre leur public cible. Nous utilisons des citations des entretiens pour illustrer les réactions des participants à cette approche.

a. Les canaux de communication

Les IC utilisent principalement deux canaux de communication pour diffuser leurs activités culturelles : le site Internet et le courriel. Le site Internet présente les informations générales sur chaque IC, ses missions, ses cours, ses événements, ses partenaires... Le courriel est utilisé pour envoyer des invitations personnalisées aux adhérents et aux personnes intéressées par les activités culturelles. Par exemple, une participante employée a déclaré : « En tant

qu'adhérente, je reçois des invitations par e-mail pour participer aux activités » (Entretien 5 ICCA). Une autre participante étudiante a dit : « Par Internet. C'est sur Google que j'ai découvert l'ICA lorsque je cherchais des cours de chinois » (Entretien 9 ICA).

b. Les outils de communication

Les IC utilisent différents outils de communication pour rendre leurs activités culturelles plus attractives et interactives. Par exemple, ils utilisent des photos, des vidéos, des diaporamas, des quiz, des jeux... pour présenter la culture chinoise de manière ludique et pédagogique. Une participante retraitée a apprécié : « Le petit quiz était également très intéressant » (Entretien 1 ICCA). Un autre participant employé a témoigné : « C'était pour les 10 ans de l'ICUPC en 2017. Il y avait une délégation de l'université de Wuhan qui était venue et je trouve que c'était une belle fête avec plein d'albums photos » (Entretien 10 ICUPC).

c. Les contenus de communication

Les IC proposent différents contenus de communication pour couvrir les divers aspects de la culture chinoise. Par exemple, ils organisent des conférences, des ateliers, des projections de films, des concerts... sur des thèmes variés tels que l'histoire, la littérature, la philosophie, la musique, la gastronomie... Une participante retraitée a exprimé : « La conférence de Chantal sur les pieds bandés était très intéressante » (Entretien 1 ICCA). Une autre participante retraitée a indiqué : « J'ai beaucoup aimé un atelier de peinture chinoise » (Entretien 6 ICA).

Pour conclure cette partie, résumons les principales caractéristiques de l'approche de communication intégrée des IC. Ces instituts utilisent de façon combinée le site Internet et le courriel comme canaux principaux pour diffuser l'information. Ils ont également recours à des outils multimédias variés pour rendre les activités culturelles plus attrayantes et interactives. Enfin, ils proposent une offre diversifiée de contenus culturels reflétant la richesse et la complexité de la civilisation chinoise. Cette approche de communication intégrée permet donc aux IC de promouvoir la culture chinoise de manière dynamique et adaptée aux différents publics français.

8.3.2. Vers un nouveau statut de communication

Les IC en France jouent un rôle important dans la promotion de la compréhension mutuelle et du rapprochement entre la Chine et la France. Leurs activités culturelles visent à répondre au désir des Français d'en apprendre davantage sur le chinois et la culture chinoise. Cependant, les participants à ces activités culturelles ont des avis mitigés, entre satisfaction et insatisfaction. Ces problèmes pourraient être résolus avec une vision plus large.

a. Une réception mitigée des actions de communications des Instituts confucius

Les participants valorisent les activités qui sont intéressantes, enrichissantes et divertissantes, mais qui sont aussi fréquentes, diversifiées et approfondies. Les participants critiquent les activités qui sont rares, superficielles ou contrôlées. Les citations des entretiens aident à illustrer les témoignages positifs et négatifs des participants.

D'une part, les participants expriment leur satisfaction à l'égard des activités culturelles, qu'ils jugent intéressantes, enrichissantes et divertissantes. Ils apprécient la qualité et la diversité des contenus, la compétence et la passion des intervenants, la convivialité et l'interactivité des formes d'activités.

Citation, Entretien 1 ICCA : Le mode d'enseignement de l'ICCA pour apprendre le chinois est très performant et j'ai été impressionnée par le niveau atteint par les participants au concours.

Citation, Entretien 4 ICCA : Le séjour d'été à Tianjin organisé par l'ICCA m'a fascinée et c'est là où j'ai eu un coup de foudre pour la culture chinoise.

D'autre part, les participants expriment leur insatisfaction à l'égard des activités culturelles. Ils regrettent le manque de fréquence et de diversité des activités, le manque de profondeur et de complexité des contenus et le manque de liberté. Par exemple, durant son stage professionnel au sein de l'ICCA, une participante étudiante partage : « En tant que participante, je n'ai pas eu l'impression que les activités de l'ICCA étaient liées à de l'espionnage. Cependant, en tant que stagiaire, j'ai ressenti un malaise car certaines conférences ont été censurées, ce qui a empêché leur tenue » (Entretien 4 ICCA). Une autre participante retraitée déplore : « J'ai souvent le problème des horaires qui me rebute mais dès qu'il y a le Nouvel An chinois, je participe activement parce que je chante des chansons en chinois » (Entretien 6 ICA). Un participant employé regrette : « Par contre, il y a un truc que je regrette alors je ne sais pas si c'est lié à la culture ou plutôt au comportement des Chinois.

En fait, ils veulent faire découvrir leur culture mais ils n'arrivent pas à se mélanger aux autres, ils n'arrivent pas à se mettre avec les Occidentaux. C'est ce que j'ai remarqué dans les ateliers. Ils restent entre eux. Je pense qu'ils sont timides » (Entretien 8 ICA). Ces remarques sont très importantes car elles relèvent des problèmes de communication des IC à résoudre. En effet, dans la réponse de ce dernier participant français, nous pouvons observer qu'il a atteint un certain niveau d'adaptation fonctionnelle, puisqu'il a acquis des connaissances sur la culture chinoise grâce aux IC. Il a appris des aspects historiques, géographiques, artistiques et linguistiques de la Chine, ce qui lui a permis de mieux comprendre le contexte culturel dans lequel il évolue. Cependant, il n'a pas réussi à développer une adaptation psychologique satisfaisante, puisqu'il n'a pas établi de liens affectifs avec les Chinois. Il exprime un regret de ne pas pouvoir se mélanger à eux. Il les perçoit comme étant timides, avec un effort de comprendre les facteurs culturels qui influencent leur comportement. Il ne se sent pas intégré ni accepté par la culture d'accueil. Nous pouvons donc en déduire que l'ICA n'a pas suffi à faciliter le processus d'adaptation culturelle de ce participant français. Il a certes contribué à enrichir ses connaissances sur la culture chinoise, mais ils n'ont pas favorisé son implication affective et sociale avec les Chinois. Il n'a pas non plus offert un soutien adéquat à ce participant français pour surmonter les barrières culturelles qu'il a rencontrées. Il aurait peut-être fallu que l'ICA propose des activités plus interactives et ludiques, qui permettent aux participants français et aux médiateurs culturels de se connaître davantage, de partager leurs expériences et leurs émotions, et de créer une atmosphère plus conviviale et détendue.

Pour aller plus loin, nous analysons ensuite ces retours mitigés à la lumière des théories de la communication interculturelle, afin de concevoir des stratégies d'amélioration adaptées pour les IC. En particulier, une analyse des statuts de communication des IC permettrait d'identifier des pistes d'amélioration.

b. Les deux sujets de communication

Tout comme le destin commun pour l'humanité dépasse les limites des IC en tant qu'institutions culturelles représentant un seul pays, la communication doit être mutuelle et aller au-delà du simple modèle traditionnel « sujet et objet de communication ». Une approche plus collaborative, prenant en compte les besoins et les perspectives des deux parties, permettrait de renforcer les liens et la compréhension entre la Chine et la France.

Les échanges culturels ne sont jamais à sens unique et seuls les échanges mutuels peuvent promouvoir la compréhension mutuelle des peuples chinois et étranger. Ping Cui et Mai Yu (2019 : 111) confirment qu'en promouvant le chinois et la culture chinoise en France, les IC offrent également une opportunité de communication du français et de la culture française. Cela peut satisfaire le désir de la France en tant que grande puissance culturelle de communiquer sa culture. Ces échanges en double sens peuvent améliorer la communication des IC et atteindre un niveau « gagnant-gagnant » pour les deux civilisations orientales et occidentales.

Les IC ont adopté la stratégie « *Go global* » dans leurs actions d'enseignement et activités culturelles. Cependant, celle-ci doit être à double sens alors que les IC sont surtout concentrés sur un seul sens : la communication du chinois et de sa culture. En effet, la stratégie « *Go global* » initialement utilisée dans le secteur économique inclut deux parties : une partie consistant à faire entrer les capitaux étrangers et une autre partie visant à faire sortir les capitaux chinois. Ces deux parties sont indissociables. Si le secteur culturel utilise la même stratégie, il faut également prendre en compte ces deux parties. C'est-à-dire, après avoir communiqué la culture chinoise aux autres, il faut également les laisser communiquer leurs propres cultures. En d'autres termes, il faut non seulement exporter les produits culturels chinois, mais aussi importer ceux d'autres pays. Cela implique de respecter les règles du marché international et s'adapter aux goûts et aux besoins des consommateurs étrangers. Par exemple, il faut traduire et adapter les œuvres littéraires ou audiovisuelles chinoises pour qu'elles soient accessibles et attrayantes pour le public cible. Il faut également respecter les droits d'auteur et la propriété intellectuelle des créateurs d'autres pays et leur offrir des opportunités de communication en Chine. En outre, il faut soutenir la coopération et la coproduction entre les acteurs culturels chinois et étrangers, afin de créer des œuvres originales et innovantes reflétant la diversité et la richesse des différentes cultures.

Passer d'une stratégie de communication culturelle unidirectionnelle à une stratégie bidirectionnelle est une étape importante pour le IC en France. Dans une stratégie unidirectionnelle, la communication consiste principalement en une communication de la culture chinoise vers les Français, avec peu d'interactions ou d'échanges réciproques. Cette approche peut être perçue comme imposée ou passive, ce qui peut parfois entraîner des réticences de la part des Français à embrasser pleinement la culture chinoise. Cependant, en adoptant une stratégie bidirectionnelle, les IC pourraient favoriser un véritable échange

culturel, où les Français ont également l'opportunité d'exprimer leurs idées, leurs questions et leurs préoccupations concernant la culture chinoise. L'exemple cité précédemment (chapitre 8: 205-206) d'un participant employé lors de l'entretien 8 ICA met en évidence un point essentiel. Ce participant exprime un sentiment de regret concernant le comportement des Chinois dans les ateliers culturels. Il souligne que bien que les Chinois souhaitent faire découvrir leur culture, ils semblent avoir du mal à s'intégrer aux groupes occidentaux et préfèrent rester entre eux. Cette observation montre que même si la volonté de partager la culture chinoise est présente, une approche unidirectionnelle peut parfois créer des barrières sociales et culturelles, notamment en raison de la timidité ou du manque de familiarité avec les coutumes locales.

La stratégie actuelle des IC en France ne peut pas maximiser leur influence culturelle en raison du manque de prise en compte des particularités de la France. Il faut adopter une nouvelle stratégie communicationnelle. En effet, le vaste réseau tissé par les IC en France doit être utilisé non seulement pour communiquer la culture chinoise, mais doit également contribuer à la communication de la culture française. Bien que les IC aient pour mission de promouvoir l'enseignement du chinois et la compréhension mutuelle entre les peuples, ils ne doivent pas se limiter à transmettre un discours unilatéral sur la Chine, mais plutôt favoriser le dialogue interculturel et le respect de la diversité. Plus précisément, il s'agit de tenir compte des caractéristiques et des attentes du public, composé de différentes catégories sociales, générationnelles, ethniques... qui a ses propres préférences et sensibilités culturelles.

Afin d'adopter cette stratégie bidirectionnelle, les IC devraient s'inscrire dans le contexte français, en tenant compte des spécificités historiques, géographiques, politiques et économiques de la France. Ce faisant, ils arrivent à se projeter vers un avenir commun, en mettant l'accent sur les valeurs universelles et humanistes partagées par la Chine et la France, telles que la paix, le dialogue, la solidarité et le respect mutuel. Plus précisément, les IC pourraient organiser des activités culturelles variées, telles que des conférences, des expositions, des spectacles, des ateliers... qui mettent en valeur non seulement la culture chinoise, mais aussi les cultures locales françaises. Par exemple, les IC peuvent inviter des artistes, des écrivains, des chercheurs ou des personnalités publiques français à partager leurs expériences et leurs points de vue sur la culture chinoise pour un public français.

Ce faisant, les risques potentiels liés à la promotion d'une seule culture dans un contexte mondialisé seront atténués. Comme mentionné précédemment (chapitre 2 : 68), les IC ont été critiqués pour leur possible implication dans des activités de propagande et d'espionnage. Il est donc essentiel de trouver un équilibre entre la promotion de la culture chinoise et le respect des valeurs et des traditions des autres cultures. Une façon de trouver cet équilibre est d'encourager l'échange en double sens, permettant la coexistence des cultures. Par exemple, la mise en place d'un dialogue interculturel, sous la forme de retours réguliers, de séances de questions-réponses, ou d'échanges informels, pourrait créer un pont entre les deux cultures. Cela encouragerait l'empathie, la découverte mutuelle, et une co-construction des activités culturelles pour qu'elles répondent aux attentes des deux parties. Ainsi, en appliquant les principes de la communication interculturelle, les IC en France pourraient proposer des activités toujours plus enrichissantes, source de rapprochement durable entre les cultures, contribuant à renforcer les liens d'amitié et de coopération entre ces deux pays.

c. La nouvelle voie de communication

Dans le contexte de la communication interculturelle, les individus sont amenés à interagir les uns avec les autres pour trouver leur chemin dans l'existence et le développement. Cela signifie que la communication interculturelle implique un processus d'apprentissage et d'adaptation constant pour mieux comprendre les autres cultures et s'adapter à elles. La manière dont les individus interagissent dans ces situations dépendra en grande partie de leur propre expérience culturelle, de leur niveau de compréhension et de leur ouverture d'esprit.

Les IC jouent un rôle important dans la diplomatie culturelle chinoise en renforçant les liens et la compréhension entre la Chine et la France. Cependant, ils font face à des défis et des critiques, certains les accusant d'être des instruments de propagande et d'influence du PCC, tandis que d'autres les soupçonnent de porter atteinte à la liberté académique et à l'autonomie des universités partenaires ou encore de constituer une menace pour la souveraineté et la sécurité nationale des pays hôtes. Ces critiques sur les IC peuvent être liées au centralisme national occidental se manifestant par une communication unilatérale et partielle de l'information, réalisée sur la base de la domination de la pensée et du mode de fonctionnement du pouvoir centraliste. Ce système entraîne également un flux et un contrôle unilatéral du pouvoir politique, économique et culturel, ce qui conduit à la disparition de la personnalité, de la limite et de la diversité culturelle (Shan, 2004 : 4).

Il est ainsi important de prendre en compte ces éléments lorsque nous évaluons les critiques adressées aux IC. Par ailleurs, le stéréotype, le préjugé et la discrimination sont souvent accompagnés du centralisme national et constituent tous ensemble des obstacles à la communication interculturelle (Shan, 2004 : 5). Le stéréotype est une généralisation simpliste et souvent inexacte sur un groupe ou une culture. Les préjugés sont des idées préconçues et souvent erronées sur une personne, un groupe ou une culture. La discrimination est le traitement injuste ou préjudiciable d'une personne ou d'un groupe en raison de leur appartenance à une certaine catégorie, comme l'origine, la religion, le sexe ou la nationalité. Ces phénomènes peuvent entraver la communication interculturelle en créant des malentendus, en renforçant des stéréotypes négatifs et en perpétuant l'inégalité. Pour faire face à ces enjeux, les IC devraient adopter une nouvelle stratégie de communication axée sur la transparence, la responsabilité, la diversité culturelle, l'ouverture et la coopération. Tout d'abord, ils doivent respecter les normes et les valeurs françaises, notamment les lois et les règlements français sur la transparence et l'éthique des organisations étrangères. Ensuite, ils doivent proposer des programmes culturels et éducatifs innovants et créatifs en mettant en avant les aspects innovants et créatifs de la culture chinoise, ainsi que les points communs avec les cultures locales françaises. Ils doivent enfin se positionner comme des partenaires ouverts et coopératifs, encourageant le dialogue interculturel et le respect mutuel, sans imposer leur agenda politique ou idéologique. Par exemple, les IC pourraient développer des projets culturels et pédagogiques valorisant la diversité culturelle et linguistique de la société française, en intégrant des éléments de la culture régionale ou minoritaire française. Ils pourraient également renforcer leur collaboration avec les acteurs culturels et éducatifs locaux, comme les associations, les bibliothèques ou les écoles.

La nouvelle voie de communication pour les IC repose donc sur l'interaction entre les États, les nations et les cultures, en mettant l'accent sur le respect mutuel, la dépendance et la communication réciproque. Cette approche vise à encourager la diversité culturelle, l'ouverture et le renouvellement, tout en résistant à l'homogénéité et à l'imposition de pouvoirs dominants. L'éthique interculturelle est un élément clé de cette nouvelle voie de communication. Elle souligne l'importance de respecter la personnalité culturelle des individus et les caractéristiques interculturelles, tout en stimulant l'ouverture culturelle et en encourageant la diversité des modes d'expression culturelle.

En résumé, la nouvelle voie de communication pour les IC en France met l'accent sur le respect mutuel, la dépendance et la communication réciproques entre les cultures, tout en cherchant à promouvoir la diversité culturelle et à résister à l'homogénéisation. Cette approche vise à soutenir la communication interculturelle et à mettre l'accent sur le bien-être des individus et des sociétés impliquées (Shan, 2004 : 3-4).

8.3.3. La nécessité d'une relocalisation

Après une présentation générale des douze entretiens, nous nous concentrons maintenant sur le cas de l'entretien 12, qui valide bien notre hypothèse, pour une analyse profonde. Cette démarche vise à répondre à une série de questions de recherche centrées sur l'efficacité des activités culturelles des IC dans la facilitation de la compréhension de la culture chinoise par les Français. L'entretien 12 s'inscrit dans cette démarche, explorant les expériences et les perceptions d'une employée française active dans les activités culturelles de l'ICUPC.

a. Un aperçu de l'entretien 12

Le participante, actuellement employée, a une profonde affection pour la culture chinoise, une passion qui s'est manifestée dès son plus jeune âge, tout comme les participantes des entretiens 2 et 8. Elle a nourri cet intérêt en s'engageant activement dans diverses activités culturelles proposées par l'ICUPC, où elle a découvert une communauté chaleureuse et accueillante. Son parcours avec l'ICUPC a commencé lors de son inscription en master d'histoire, littérature et langue chinoise à l'université. C'est à ce moment qu'elle a pris conscience de l'existence de l'ICUPC, une révélation qui a marqué le début d'une riche aventure culturelle.

Elle a participé à un éventail d'activités, y compris des cours de chinois, un stage intensif d'une semaine, et un semestre de cours de *Guqin*, un instrument de musique chinois traditionnel. Elle a également pris part à des événements où elle a chanté en chinois, et a assisté à des séances de cinéma et des célébrations du Nouvel An chinois. Elle apprécie particulièrement la richesse de la culture chinoise, soulignant l'harmonie entre les anciennes et les nouvelles générations, une caractéristique qu'elle trouve moins présente dans la culture française. Elle exprime un désir de transmettre cette richesse culturelle à ses futurs enfants.

La participante perçoit les activités des IC comme une représentation fidèle de la culture chinoise, bien qu'elle souhaite voir une offre culturelle plus diversifiée, notamment dans le domaine de la musique. Elle souligne également l'importance de la communication dans la réussite des activités culturelles, suggérant une expansion de la portée de l'ICUPC au-delà du campus universitaire. Malgré son immersion profonde dans la culture chinoise avant son engagement avec l'ICUPC, elle affirme que sa participation aux activités de l'ICUPC a renforcé son amour pour la culture chinoise, sans nécessairement changer sa perception initiale de celle-ci.

En réponse à une question complémentaire, la participante réfute fermement les allégations des médias français selon lesquelles les IC pourraient être impliqués dans des activités d'espionnage, les qualifiant de tentatives de dénigrer la culture chinoise. Elle évoque une expérience chaleureuse et accueillante au sein de l'ICUPC, dépourvue de toute suspicion ou inquiétude.

b. Une participation active et engagée

En comparant avec les 11 autres entretiens, il est évident que la participante 12 partage une affection et un respect profonds pour la culture chinoise, une tendance qui est assez récurrente chez les autres participants. Elle apprécie particulièrement les activités qui permettent une interaction conviviale et une immersion profonde dans la culture chinoise.

Ce qui distingue particulièrement la participante 12 est son engagement actif dans l'organisation des activités culturelles, une implication qui va au-delà de celle de nombreux autres participants. Sa connaissance approfondie de la culture chinoise, acquise non seulement au travers des activités des IC mais aussi grâce à une éducation formelle, lui confère une perspective riche et nuancée sur les initiatives des IC. Elle se distingue également par son engagement profond envers la mission des IC, une position qui est renforcée par sa confiance dans le potentiel des IC à favoriser une meilleure compréhension et appréciation de la culture chinoise en France.

Par conséquent, l'entretien 12 fournit un éclairage enrichi, caractérisé par un engagement enthousiaste de la participante, une connaissance approfondie de la culture chinoise et des suggestions constructives concernant l'adaptation locale des activités des IC. En comparant

cet entretien aux autres, nous observons une continuité dans l'appréciation globalement positive des IC. Son niveau d'implication et sa compréhension fine de la culture chinoise se distinguent par rapport aux autres répondants. Ses réflexions sur une relocalisation des offres culturelles apportent un regard expert complémentaire. Ainsi, le témoignage de la participante 12 se révèle particulièrement éclairant, de par son engagement soutenu et sa connaissance pointue du contexte interculturel. Il met en lumière à la fois les forces des IC et leur potentiel d'amélioration par une adaptation aux spécificités locales.

c. Des pistes d'amélioration par une stratégie de communication localisée

L'entretien 12 met en exergue l'importance de la communication interculturelle, soulignant la nécessité d'adopter une stratégie de communication localisée pour amplifier l'impact des IC dans la promotion de la culture chinoise en France.

En analysant les réponses de la participante au travers de l'optique de la théorie de la communication interculturelle d'Edward T. Hall (1976), une profonde admiration pour la culture chinoise à contexte élevé se dessine. Elle met en avant l'importance des relations nuancées et des hiérarchies bien ancrées qui caractérisent la communication dans cette culture. Il s'avère donc impératif de capitaliser sur cette appréciation en élaborant des stratégies de communication qui embrassent ces valeurs fondamentales, créant ainsi une résonance plus profonde avec le public.

En outre, en appliquant la théorie des effets de la communication de Harold Dwight Lasswell (2006) pour décrypter les impressions de la participante, il apparaît clairement que les IC ont créé un impact notable, bien que limité, dans la promotion de la culture chinoise. La participante envisage une stratégie de communication plus localisée, une proposition qui s'aligne harmonieusement avec notre hypothèse de recherche initiale, offrant ainsi une perspective prometteuse pour augmenter l'impact des IC. Pour progresser dans cette direction, il est conseillé aux IC d'intégrer des éléments de la théorie de la localisation dans leur stratégie de communication. Cela implique de concevoir des programmes qui non seulement captivent l'audience, mais aussi fournissent des informations enrichissantes, tout en étant en harmonie avec les sensibilités culturelles du public.

En résumé, l'entretien 12 s'avère être une source riche d'insights qui, lorsqu'ils sont analysés dans le contexte des théories de la communication interculturelle et des effets de la communication, dessinent une feuille de route pour les IC. Cette feuille de route propose une communication plus localisée, qui prend en compte les nuances culturelles profondes, permettant ainsi une promotion plus efficace et résonante de la culture chinoise en France. En adoptant une approche plus nuancée et localisée, les IC auront l'opportunité de construire des ponts plus solides et enrichissants entre les cultures chinoise et française, forgeant ainsi un avenir où la compréhension mutuelle et le respect sont au cœur des échanges interculturels.

Conclusion du chapitre 8

Au terme de ce chapitre, nous avons pu explorer en profondeur les diverses facettes de la communication culturelle des IC en France, en nous appuyant sur une analyse minutieuse des entretiens menés auprès des participants français aux activités culturelles des IC de Nice, Paris et Strasbourg.

Au travers de l'analyse des perceptions françaises des activités culturelles proposées par les IC, nous avons mis en lumière les préférences, les motivations et les évolutions dans le rapport des participants à la culture chinoise. Il ressort une appréciation notable pour la richesse de la culture chinoise, tout en soulignant un besoin d'approfondissement et de diversification des activités proposées. En examinant l'adéquation entre les offres culturelles des IC et les attentes du public, nous avons identifié une réelle opportunité pour les IC de mieux répondre aux attentes du public en affinant leur compréhension des nuances culturelles françaises. La mise en avant de la pertinence de la culture présentée par les IC s'avère être un levier essentiel pour renforcer leur impact et favoriser une meilleure réception de leur message. Enfin, en abordant les stratégies de communication interculturelle déployées par les IC, nous avons discerné une nécessité impérieuse de relocaliser leurs activités pour optimiser leur impact. La relocalisation, en tenant compte des spécificités culturelles locales, apparaît comme une stratégie prometteuse pour les IC, leur permettant de construire des ponts plus solides entre les cultures chinoise et française.

Il est essentiel de souligner que les données recueillies à partir des 50 questionnaires de confirmation en ligne correspondent de manière cohérente aux analyses qualitatives issues des 12 entretiens minutieusement présentés dans ce chapitre. Afin de faciliter l'exploitation plus

approfondie de ces données, nous mettons à disposition des chercheurs intéressés un document Google Drive accessible au public¹²⁹. Cette initiative vise à renforcer la profondeur des recherches dans ce domaine et à encourager la coopération entre les chercheurs.

Ce chapitre a mis en avant des pistes concrètes pour améliorer la communication culturelle des IC en France, suggérant une évolution vers une stratégie de communication plus localisée et nuancée. Ces aspects seront explorés de façon plus approfondie dans le chapitre suivant, qui fournit des pistes d'amélioration ciblées pour aider les IC à optimiser leur impact en France, en adaptant leurs stratégies de communication et d'engagement culturel aux sensibilités et besoins culturels locaux.

¹²⁹ Les 50 réponses au questionnaire de confirmation en ligne : l'évaluation de l'impact des Instituts Confucius sur la valorisation du patrimoine chinois en France (accès libre en tant que lecteur). Disponible sur : <https://docs.google.com/spreadsheets/d/1W2UiUQ147eSguShW-xGQ2nd8ZkxEsSu6FQIvYAWTbGU/edit?usp=sharing>.



CHAPITRE 9 : LA RELOCALISATION DES ACTIVITÉS CULTURELLES



Introduction du chapitre 9

Comme nous l'avons déjà souligné dans le chapitre 4, l'approche de « localisation » a été initialement reconnue sur le plan théorique. Les chercheurs chinois ont d'abord défini la « localisation » des IC lors des conférences de ces institutions et dans des articles scientifiques. Un vingtaine d'années plus tard, les IC ont-ils mis cette théorie en pratique ? Si oui, quels en sont les résultats ?

Selon notre recherche, les IC en France ont tenté, à des degrés divers, de mettre cette théorie en pratique. Ceux qui ont réussi à le faire correctement ont constaté des succès dans toutes leurs activités, en particulier dans leurs activités culturelles. Dans le cadre de notre recherche, nous avons identifié trois niveaux de « localisation » à partir des activités des IC en France : la localisation institutionnelle, la localisation géographique et la localisation socioculturelle. Celle-ci est au cœur de la « localisation », sans laquelle les deux autres ne peuvent pas se réaliser. En même temps, sans les deux autres, la troisième n'est pas significative. Ces trois niveaux de localisation aident à établir des liens particulièrement importants avec les villes et les régions où les dix-sept IC en France sont situés.

Toutefois, le niveau actuel de localisation des IC n'est pas suffisant. La localisation des activités culturelles est un enjeu important pour les IC en France, jouant un rôle central dans la promotion de la diversité culturelle et l'intensification des échanges entre la Chine et la France. Malgré cela, il reste encore beaucoup à faire pour améliorer leur niveau de localisation. C'est pourquoi nous proposons une « relocalisation » de leurs activités.

Ce chapitre traitera des différents aspects de la relocalisation des activités culturelles des IC. Dans la section 9.1, nous examinerons la relocalisation institutionnelle, qui comprend la clarification des objectifs et des orientations, le renforcement des communications internes et externes et le recrutement d'employés locaux. Cette section mettra en évidence l'importance d'aligner les objectifs institutionnels avec les besoins et les attentes des communautés locales, ainsi que l'importance de la communication et de l'implication des employés locaux pour garantir le succès des activités culturelles. La section 9.2 se concentrera sur la relocalisation socioculturelle, abordant des sujets tels que la création de biens publics mondiaux de valeurs universelles, la liberté académique et l'engagement des acteurs locaux. Cette section soulignera comment les activités culturelles peuvent contribuer au développement social et

culturel en favorisant la diversité, l'ouverture et la collaboration entre les acteurs locaux et internationaux. Enfin, la section 9.3 traitera de la relocalisation géographique, en discutant du développement de divers partenariats, de l'extension des activités culturelles hors du campus et de la mise en avant d'un mode hybride. Cette dernière section soulignera l'importance d'étendre l'accès aux activités culturelles au-delà des espaces traditionnels et de favoriser des partenariats innovants pour maximiser leur impact et leur portée.

L'ensemble de ce travail de recherche permettra une meilleure compréhension des enjeux liés à la relocalisation des activités culturelles des IC, avec un accent particulier sur les dix-sept IC en France. L'objectif est d'identifier les stratégies et les pratiques les plus efficaces pour garantir le succès et la durabilité de ces activités dans un contexte mondialisé et en constante évolution.

9.1. La relocalisation institutionnelle

Dans le contexte de la mondialisation et de la crise sanitaire, les IC, en tant qu'institutions linguistiques et culturelles, devront mettre en valeur à la fois l'excellence de la culture chinoise traditionnelle et la situation réelle de la Chine par le biais des actions d'enseignement du chinois et des activités culturelles. Cela favorise ainsi la promotion du chinois, de sa culture, du *soft power* chinois à l'étranger et d'une communauté d'un destin commun pour l'humanité. Cependant, les IC sont encore loin d'être des acteurs par excellence pour atteindre tous ces objectifs, mais ils sont déjà sur le chemin pour en devenir. Il leur faudra surtout localiser leurs actions d'enseignement et leurs activités culturelles dans les dimensions institutionnelles, socioculturelles et géographiques.

9.1.1. La clarification des objectifs et des orientations

Comme souligné précédemment (chapitre 3 : 93), les objectifs des IC ne sont pas clairement exprimés surtout le deuxième niveau relatif au *soft power* et le troisième niveau concernant l'objectif ultime de construire un monde harmonieux d'un destin commun pour l'humanité. En d'autres termes, « les programmes des IC privilégient les activités telles que l'enseignement du chinois et les échanges culturels. Les questions métaphysiques sont très rarement abordées » (Dorbaire, Chen, Chen, 2012 : 279).

Selon des chercheurs chinois (Cui, Yu, 2019 : 101), à l'ère du grand développement, du changement et de l'ajustement, la mission chinoise est d'envoyer Confucius dans le monde et de renforcer son *soft power* culturel et l'influence internationale de sa culture. Et pourtant, consolider le *soft power* culturel, un des objectifs des IC, n'est jamais officiellement inscrit dans la charte des IC.

La mission primordiale des IC est de promouvoir les échanges culturels. Les effets politiques découlent des échanges culturels. Il n'est pas raisonnable de limiter les objectifs des IC à un simple niveau culturel. En plus, l'objectif ultime des IC est de créer un monde harmonieux. Il s'agit d'un monde construit et partagé par tous les peuples non un monde occupé et géré par un seul pays. Dans ce sens, les IC sont au service de tous les peuples du monde, y compris le peuple français. Comme les controverses sur les IC viennent initialement de cette expression ambiguë des objectifs des IC, il est utile de les clarifier pour renforcer la transparence et l'indépendance des IC par rapport au gouvernement chinois.

Face au cadrage politique des IC au fil des ans et à la demande continue et réaliste de langue chinoise dans les publics étrangers, le siège a déjà commencé à clarifier les objectifs des IC. En effet, le siège a réalisé en 2020 une auto-transformation significative de la privatisation et du fonctionnement orienté vers le marché. Premièrement, la marque « Institut Confucius » est désormais gérée par la Fondation Chinoise d'Éducation Internationale¹³⁰. Celle-ci, enregistrée auprès du ministère des Affaires civiles, a été créée par un certain nombre d'universités et d'entreprises. Elle est donc d'une nature privée. Le deuxième changement concerne le modèle de gestion. En effet, la Fondation s'autofinance, ne bénéficiant d'aucune subvention d'État. Elle repose sur le soutien multiforme d'un réseau diversifié de partenaires, incluant des universités, des entreprises et des associations issus de divers secteurs. Ces entités s'engagent à apporter un soutien intellectuel, moral et technique aux IC, tout en mobilisant des ressources financières venant d'une collecte de fonds étendue. Cette stratégie permet d'assurer une base financière solide et diversifiée, contribuant ainsi au rayonnement des IC à travers le monde. En ce qui concerne la gestion institutionnelle et le management culturel, chaque IC joue le rôle principal. La Fondation ne sera donc pas spécifiquement impliquée dans le fonctionnement et la gestion des IC. Il s'agit non seulement pour les IC d'effacer la couleur officielle des IC pour mieux diffuser et promouvoir la langue et la culture chinoises à l'égard

¹³⁰ Nom en chinois : 中国国际中文教育基金会 et nom en anglais : *Chinese International Education Foundation* (CIEF).

des publics mondiaux, mais également de renforcer le *soft power* culturel tout en construisant une image nationale favorable afin de contribuer au rayonnement de la Chine dans sa proposition d'une communauté d'un destin commun pour l'humanité.

Après la transformation, les IC, en tant qu'ONG d'intérêt public fournissant des services linguistiques et culturels en France et promouvant les échanges culturels ainsi que la coopération éducative entre la Chine et la France, s'autofinancent, mais bénéficient ainsi d'une plus grande liberté de développement. À l'avenir, les IC se tourneront davantage vers le secteur privé, se confronteront au public et utiliseront des échanges culturels plus amicaux et plus chaleureux pour construire l'amitié civile et promouvoir la compréhension mutuelle entre les peuples chinois et français. Par ailleurs, les IC devront davantage être orientés vers le marché tout en combinant leurs propres forces et les besoins locaux afin de devenir des acteurs aux caractéristiques plus localisées. C'est-à-dire, que les activités seront plus conformes aux besoins locaux. Cependant, ces évolutions et le nouveau statut des IC demeurent largement méconnus du grand public. Cette méconnaissance découle en partie du manque de communication des IC envers leurs participants et sympathisants, ce qui entretient une perception immuable et potentiellement obsolète de leur association avec le gouvernement chinois.

En somme, les IC font face à des défis liés à leur association avec le gouvernement chinois, malgré les efforts qu'ils ont déployés pour se transformer et se dissocier de cette image. Il est important pour les IC de travailler sur leur communication et leur transparence afin de dissiper les craintes et les malentendus concernant leur véritable objectif et leur indépendance vis-à-vis du gouvernement chinois.

9.1.2. Le renforcement des communications interne et externe

La gouvernance mondiale est un processus de négociation et de coopération permanente visant à réaliser conjointement de multiples valeurs. En tant que plates-formes d'échange et de coopération internationale, les IC devraient jouer activement un rôle de coordination pour concilier les divers facteurs internes et externes, créer une écologie des relations les plus favorables à son développement, et promouvoir les progrès de chaque partenaire vers l'objectif de construire une communauté d'un destin commun pour l'humanité. D'abord, il faut gérer correctement les relations internes au sein de chaque IC. En effet, le directeur étranger bénéficie d'un avantage naturel sur le terrain et occupe généralement une position

légèrement supérieure. Il arrive souvent que le directeur étranger ait le dernier mot dans la décision des affaires des IC. C'est pourquoi les préférences et la vision du directeur étranger déterminent souvent l'étendue et la profondeur de la coopération entre les partenaires chinois et étrangers. Le directeur chinois ne peut généralement réaliser davantage de travaux que sur la base d'une bonne relation avec le directeur étranger (Li, 2021 : 177). Chaque IC devra donc renforcer la communication des idées en son sein, coordonner les différences entre le travail du personnel chinois et celui du personnel étranger et optimiser l'allocation des ressources à partir de la situation globale du travail. Ce faisant, les IC tireront parti des forces de chacun, et minimiseront les inutiles frictions internes et les malentendus pour créer ensemble des biens publics de qualité pour la communauté locale.

En outre, les IC devront se développer avec divers partenaires et coopérer avec davantage d'entreprises, d'institutions, d'associations et d'autres instituts linguistico-culturels... Ils pourront trouver plus d'opportunités de coopération et offrir d'autres possibilités de développement mutuel. Dans le contexte de la gouvernance mondiale, il est important d'imaginer ce que les partenaires pensent, de fournir les ressources dont ils ont besoin. Par ailleurs, en les aidant à se développer, les IC se développent également. Par exemple, pour les entreprises multinationales, la coopération avec les IC peut résoudre certains obstacles à la communication linguistico-culturelle au sein des entreprises parce que les IC peuvent leur fournir une formation personnalisée du personnel ou des ressources humaines. Nous pouvons citer comme exemples le programme « chinois + commerce électronique » pour former le personnel au commerce électronique international ou le programme « chinois + conseil juridique » pour fournir un conseil juridique aux entreprises chinoises. Dans les régions disposant d'une industrie touristique développée, où un grand nombre de touristes chinois se rendent chaque année, les IC peuvent fournir aux professionnels du tourisme local des services de langue chinoise et de discipline touristique.

Par ailleurs, il existe dans le monde, de nombreux Chinois expatriés et des associations culturelles chinoises. Leurs doubles avantages linguistiques et culturels et leur affection naturelle pour la Chine devraient également faire l'objet d'une coopération active des IC, qui les aidera à se soutenir, à se compléter et à promouvoir un développement commun. Enfin, comme chaque IC est lié à la situation réelle de la région où il s'installe, ses activités devront présenter des caractéristiques locales en plus de celles communes à tous les IC. Par ailleurs,

les IC devront également renforcer leurs liens entre eux en communiquant leurs expériences et leurs ressources afin que celles-ci puissent être allouées de manière optimale.

Enfin, des participants français ont donné des conseils constructifs pour améliorer la communication des IC en France. Le tableau ci-dessous résume leurs recommandations pour améliorer la communication des IC en France.

Numéro des entretiens	Citations	Codes	Catégories	Thèmes
Entretien ICCA 2	Je pense qu'il doit améliorer la communication. En tant que passionnée, je cherche des activités alors que les Niçois ne savent pas toujours où chercher, donc il est important de faire une véritable campagne de communication pour améliorer le taux de participation en invitant les Français à participer. Par exemple, chaque année à Nice, la journée des associations est organisée. Toutes les associations sont présentes, y compris l'association Chine Horizon, mais vous n'avez peut-être jamais participé pour présenter votre propre association. Les gens qui ont du temps prennent le temps de regarder et de s'inscrire. Il y a également la Maison des Associations à Garibaldi, où de nombreuses associations déposent leurs flyers. Les réseaux sociaux sont très importants pour la jeune génération, mais pour les personnes de mon âge, nous avons beaucoup de temps mais nous ne sommes pas très présents sur les réseaux sociaux.	1. Amélioration de la communication	1. Amélioration de la communication	Optimisation de la communication
Entretien ICA 6	Il doit améliorer la communication. D'un côté, je trouve que leur site pourrait être plus interactif, plus joyeux et plus attractif pour donner envie, par exemple, si l'on trouve sur le site qu'un Chinois donnera une conférence sur la médecine chinoise, ce sera génial. D'une autre, je ne vais pas forcément sur le site de l'ICA parce qu'il ne sollicite pas trop. Si j'étais sollicitée par mail, j'irais plus.	2. site Internet interactif	2. Optimisation du site Internet	
		3. Sollicitation par e-mail	3. Sollicitation des participants	
Entretien ICUPC 11	Lors de l'événement auquel j'ai participé, il a été difficile d'engager et de motiver les élèves à y assister. La promotion de l'événement auprès des élèves de l'ICUPC pourrait être améliorée afin d'augmenter la participation. Il serait également bénéfique d'intégrer une partie de la préparation à l'événement dans les cours, en particulier pour les élèves qui assistent à des cours de chinois, comme moi. Si les enseignants contribuent davantage et s'assurent d'une meilleure préparation, cela pourrait encourager davantage d'engagement de la part des élèves.	4. Promotion auprès des étudiants	4. Promotion ciblée auprès des étudiants	
		5. Intégration dans les cours	5. Intégration dans l'éducation	

Tableau 9.1 : Les recommandations des trois participants pour améliorer la communication
(Créé le 19 septembre 2023 par Xue HAN)

Les résultats des analyses qualitatives de leurs réponses révèlent des points essentiels pour améliorer la portée des IC. Premièrement, il est évident que l'accent est mis sur la nécessité de renforcer la communication, notamment par le biais d'une campagne de communication plus dynamique, visant à inviter activement les Français à participer aux activités des IC. Deuxièmement, les participants insistent sur l'importance d'un site Internet interactif, attrayant et informatif, capable de susciter l'intérêt en affichant des détails attrayants sur les événements à venir. La sollicitation des participants par e-mail est également soulignée comme un moyen efficace de les inciter à s'engager davantage. Troisièmement, l'idée d'intégrer les activités des IC dans l'éducation, en particulier pour les étudiants, est avancée comme un moyen potentiel d'accroître l'engagement et la participation. Ces recommandations sont essentielles pour renforcer la visibilité des IC en France et pour encourager une participation active de la communauté française.

Chaque IC jouit d'une autonomie, sans l'existence d'une structure hiérarchique. Cette disposition offre une liberté considérable à chaque IC, mais peut également entraîner un déficit de coopération au sein du réseau des IC. Néanmoins, les IC en France ont fait preuve d'initiative en cherchant à établir un réseau destiné à encourager la coopération et la mutualisation de leurs initiatives pédagogiques et culturelles¹³¹. Initialement mise en pause pendant le confinement, cette initiative a été relancée grâce à l'intervention du directeur français de l'IC de Bretagne, Monsieur Blaise Thierrée. Cette démarche pourrait favoriser la mutualisation des ressources et améliorer la communication au sein de l'ensemble des IC participant au réseau.

9.1.3. Le recrutement des employés locaux

L'intégration des IC aux conditions institutionnelles locales est essentielle pour renforcer leur impact et leur pertinence. Le recrutement d'employés locaux ayant des compétences en langue et en culture chinoises est un moyen efficace d'atteindre cet objectif, car cela permet aux IC de mieux comprendre et répondre aux besoins de la communauté locale. La formation continue de ces employés locaux est également importante pour garantir qu'ils restent à jour sur les tendances culturelles et les meilleures pratiques dans leur domaine.

¹³¹ Le site officiel des IC en France. Consulté le 22 mars 2021. Disponible sur : <https://www.institutconfucius.fr/fr/>.

L'évaluation régulière du travail des employés locaux est un autre outil important pour assurer la qualité et l'amélioration continue des activités culturelles des IC. Les évaluations peuvent aider à identifier les domaines où les employés excellent et ceux où des améliorations sont nécessaires. Les évaluations peuvent également aider à adapter les programmes de formation pour mieux répondre aux besoins des employés et aux objectifs des IC.

Le recrutement d'employés locaux et d'étudiants en licence, en master ou en thèse ayant une expertise en langue et en culture chinoises, combiné à leur formation continue et à l'évaluation de leur travail, est un moyen efficace de localiser les activités culturelles des IC et de les intégrer aux conditions institutionnelles locales.

a. Le recrutement

L'emploi de personnel local s'avère être un élément clé pour garantir le succès de la communication interculturelle et la promotion de la culture chinoise à l'étranger. Selon le témoignage d'une enseignante locale d'origine chinoise¹³², les apprenants ont manifesté un sentiment de satisfaction lorsqu'elle a annoncé qu'elle continuerait à dispenser les cours. Effectivement, les apprenants montrent souvent une certaine résistance à l'idée de changer d'enseignant, une situation qui se produit fréquemment au sein des IC qui recrutent des professeurs de chinois directement envoyés de Chine. Cette situation souligne l'importance de la stabilité dans la relation pédagogique, qui contribue à la satisfaction et à l'engagement des apprenants. Par conséquent, l'embauche d'enseignants locaux, qui peuvent offrir une certaine continuité, devient une stratégie efficace pour la réussite de l'enseignement et de la promotion de la culture chinoise.

Comme le tableau ci-dessous montre, les employés locaux incluent à la fois les Chinois d'outre-mer ayant une bonne maîtrise du français et une bonne connaissance du chinois et de la culture chinoise, ainsi que les Français intéressés par la langue et la culture chinoises ainsi que leur communication.



¹³² Entretiens informels menés avec des enseignants de langue chinoise le 12 mai 2023.

Figure 9.1 : Les employés locaux
(Créée le 05 mai 2023 par Xue Han)

Le recrutement de Français peut grandement contribuer à l'adaptation des activités culturelles des IC au contexte local. Grâce à leur connaissance approfondie des coutumes et traditions locales, ils sont en mesure de concevoir des activités qui favorisent un échange mutuel enrichissant avec le public local. Il est essentiel de donner la parole au public lors de la conception de ces activités. Cela peut se faire par le biais de forums de discussion ouverts, où les participants des IC sont invités à partager leurs idées et leurs opinions. De plus, l'organisation d'ateliers interactifs peut permettre au public de participer activement à la création et à la mise en œuvre d'activités culturelles. L'utilisation de sondages et d'enquêtes peut également être un excellent moyen de recueillir les opinions des Français sur les activités culturelles existantes et potentielles. En outre, l'utilisation de plates-formes en ligne peut offrir aux Français un espace pour s'exprimer et partager leurs idées. Enfin, l'organisation d'événements communautaires peut offrir une occasion informelle d'échange d'idées entre le public français et les IC en France. Ces stratégies peuvent aider à créer un environnement où les participants français se sentent écoutés et valorisés, ce qui peut conduire à une plus grande participation et engagement dans les activités culturelles des IC en France.

Le personnel chinois connaît sa culture tandis que le personnel français a une meilleure connaissance des coutumes culturelles locales, les actions de communication habituelles, la psychologie du public local et ses réelles attentes réelles. Ainsi, le personnel français pourra-t-il contribuer à concevoir des activités permettant au public local de s'engager dans un échange mutuel. Ce faisant, les activités culturelles planifiées pourront être plus efficaces et ciblées, reflétant davantage les caractéristiques locales.

Pour recruter efficacement du personnel français local, les IC en France devraient effectivement travailler sur leur marque employeur. Cela implique de mettre en avant leur culture d'entreprise, leurs valeurs et leurs missions. La première étape pourrait consister à créer un site carrière attrayant et convivial qui reflète ces éléments. Ce site devrait offrir la meilleure expérience utilisateur possible, avec une navigation intuitive et des informations claires sur les opportunités de carrière au sein des IC. Il pourrait également inclure des témoignages d'employés actuels et passés pour donner un aperçu de la vie au sein de l'organisation. Ensuite, il est essentiel pour les IC de définir une stratégie d'évolution des effectifs et des compétences. Cela pourrait impliquer l'identification des compétences clés

nécessaires pour l'organisation et la mise en place de programmes de formation pour aider les employés à développer ces compétences. De plus, les IC pourraient envisager de mettre en place des programmes de mentorat ou de coaching pour soutenir le développement professionnel continu de leurs employés. Enfin, la planification et la mise en œuvre de campagnes de recrutement sont une autre composante clé du travail sur la marque employeur. Cela pourrait impliquer l'utilisation de divers canaux de recrutement, tels que les réseaux sociaux, les sites d'emploi en ligne et les foires d'emploi locales. Les IC pourraient également envisager de travailler avec des agences de recrutement locales pour atteindre un public plus large. En travaillant sur leur marque employeur, les IC peuvent non seulement attirer des candidats qualifiés, mais aussi renforcer leur réputation en tant qu'employeur de choix dans leur communauté locale.

Cependant, il existe actuellement une pénurie d'employés locaux dans la plupart des IC, en particulier ceux qui sont à la fois expérimentés en communication et experts en chinois et en culture chinoise. Les Français travaillant actuellement dans les IC ont souvent une connaissance limitée du chinois et de la culture chinoise, tandis que les employés chinois envoyés par leurs partenaires peuvent ne pas être familiarisés avec la langue et la culture françaises. En effet, chaque IC ne dispose pas d'une équipe professionnelle dédiée. Les deux directeurs, l'un chinois et l'autre français, sont respectivement désignés par leurs propres institutions, tandis que le personnel est composé d'enseignants et de volontaires envoyés depuis la Chine. Toutefois, le *British Council* au Royaume-Uni et l'Alliance française en France disposent tous deux d'experts en communication. Chaque IC en France a également la nécessité de recruter localement pour des missions d'enseignement, d'administration et de communication. Le recrutement d'un expert en communication demeure urgent, car parmi les douze entretiens réalisés, trois participants ont souligné l'importance d'améliorer la communication, étant donné que la communication actuelle des IC en France présente des lacunes.

En effet, les IC recrutent régulièrement des « volontaires chinois à l'étranger¹³³ ». Il s'agit de contrats d'un an renouvelables, à temps partiel, pour des activités d'assistant pédagogique, administratif ou communicationnel. La formation d'une telle équipe est donc réalisable. D'un côté, les étudiants chinois et internationaux disponibles à l'étranger peuvent certainement être

¹³³ Recrutement au sein des IC en France. Publié en 2019 [consulté le 03 mars 2021]. Disponible sur : <https://www.institutconfucius.fr/fr/qui-sommes-nous/travailler-dans-le-reseau-des-instituts-confucius>.

sélectionnés. De plus, les Français intéressés par la communication de la culture chinoise sont des personnels potentiels. D'un autre côté, les Chinois vivant à l'étranger représentent une ressource précieuse pour le personnel local, car ils sont souvent familiers avec la culture et les traditions chinoises et peuvent partager leurs connaissances et leur expertise avec les étudiants et les participants aux programmes des IC. Par exemple, Ma Jiaolong, danseur pratiquant la danse traditionnelle chinoise, peut être engagé davantage par un IC pour enseigner et partager son art avec les Français. En engageant des personnes comme Ma Jiaolong, les IC en France peuvent non seulement offrir une authentique expérience d'apprentissage aux étudiants, mais également contribuer à préserver et promouvoir la richesse culturelle chinoise en France.

b. La formation continue

Le recrutement d'employés locaux, qu'il s'agisse de Français et de Chinois outre-mer expérimentés en communication, en conception d'activités culturelles ou en enseignement, est en effet essentiel pour les IC en France. Ces employés apportent une compréhension approfondie des conditions culturelles locales, ce qui permet aux IC de mieux adapter leurs activités et leurs programmes à leur public cible. Une fois que ces employés locaux sont recrutés, il est important que les IC investissent dans leur formation continue.

La formation continue est importante pour permettre au personnel des IC de se tenir au courant des tendances culturelles, des avancées technologiques et des meilleures pratiques dans le domaine (Boukoulou *et al.*, 2015 : 134). Les employés peuvent bénéficier de diverses opportunités de formation, telles que la participation à des conférences professionnelles, des ateliers et des cours en ligne pour approfondir leurs connaissances et compétences.

L'investissement dans la formation continue du personnel est essentiel pour les IC en France. Il permet de renforcer les compétences et l'expertise du personnel, ce qui se traduit par une meilleure qualité des programmes et des activités culturelles. Ces activités sont adaptées aux intérêts et aux besoins de la communauté locale, et favorisent la diversité culturelle et les échanges interculturels. Par exemple, selon les réponses des entretiens menés avec les participants aux activités culturelles des IC, ces activités ont permis de « découvrir la culture chinoise de manière générale », de « pratiquer le chinois », de « rencontrer des gens qui ont cette autre culture » et de « vivre des expériences culturelles ». Ces témoignages montrent

l'impact positif des activités culturelles des IC sur l'apprentissage et l'ouverture d'esprit des participants.

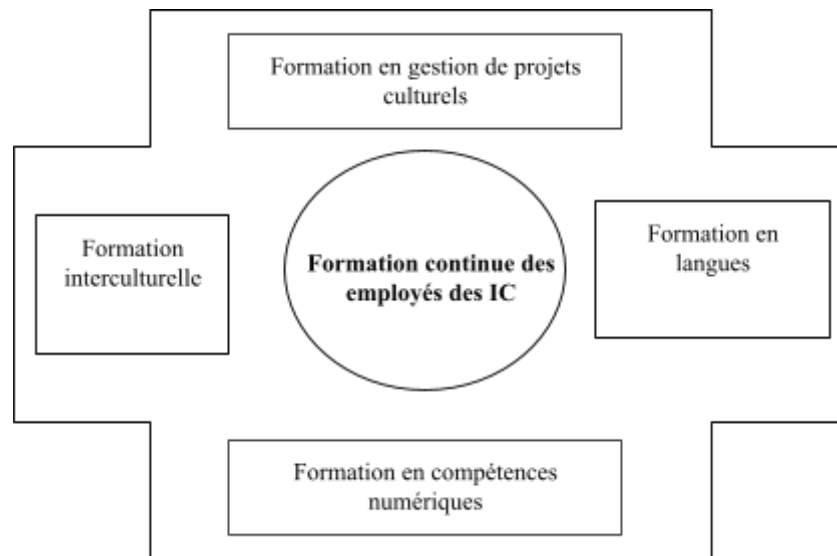


Figure 9.2 : Les quatre formations recommandées pour les Instituts Confucius dans leur formation continue des employés (Créée le 05 mai 2023 par Xue Han)

Puisque la communication des IC en France nécessite une amélioration immédiate, nous prenons les postes de communication comme un exemple. Comme le suggère le tableau ci-dessus, une stratégie de formation continue axée sur quatre domaines clés est fortement recommandée pour les employés des IC en charge des missions de communication.

Premièrement, une formation approfondie en gestion de projets culturels est essentielle. Elle permettrait aux employés de concevoir, de mettre en œuvre et d'évaluer efficacement les programmes et les activités proposés. Cette formation couvrirait des aspects cruciaux tels que la planification stratégique, la gestion budgétaire et l'évaluation des impacts culturels. Cela renforcerait non seulement les compétences des employés, mais contribuerait également à l'efficacité et à la qualité des programmes et activités culturelles offerts par les IC. En fin de compte, cela favoriserait une meilleure compréhension et appréciation de la diversité culturelle et des échanges interculturels au sein de la communauté locale.

En parallèle, une formation interculturelle est effectivement indispensable pour favoriser un dialogue fructueux et une compréhension mutuelle entre les différentes cultures. Cette formation devrait couvrir des domaines tels que la communication interculturelle, la gestion de la diversité et l'adaptation aux diverses pratiques culturelles. Cela permettrait une

interaction harmonieuse et respectueuse entre les cultures. De plus, la maîtrise des langues étrangères est un pilier central de cette stratégie de formation. Elle facilite non seulement les échanges culturels, mais aussi la communication avec les partenaires internationaux. Il serait donc bénéfique que les employés suivent des cours de langues ou participent à des programmes d'échange linguistique pour affiner leurs compétences linguistiques. Enfin, dans un monde de plus en plus numérique, une formation en compétences numériques est incontournable. Elle permettrait aux employés de tirer pleinement parti des opportunités offertes par les technologies numériques et les médias sociaux. Cette formation pourrait aborder des sujets tels que la gestion des médias sociaux, la création de contenu numérique et l'analyse des données.

En concentrant leurs efforts sur le recrutement d'employés locaux compétents et passionnés par la culture chinoise, et en investissant dans une formation continue robuste et complète, les IC peuvent non seulement améliorer leur efficacité et leur impact, mais aussi jouer un rôle prépondérant dans la promotion de la diversité culturelle et le renforcement des échanges entre la Chine et la France. Cette démarche proactive et bien pensée serait un gage de succès, permettant aux IC de contribuer de manière significative à un dialogue interculturel enrichissant et à une collaboration fructueuse entre les deux nations.

c. L'évaluation

L'évaluation régulière du travail des employés locaux est effectivement un outil essentiel pour assurer la qualité et l'amélioration continue des activités culturelles des IC. Les évaluations permettent d'apprécier les aptitudes professionnelles des employés et d'identifier les domaines où ils excellent et ceux où des améliorations sont nécessaires (Guerrero, 2019 : 121).

L'évaluation des performances des employés locaux est essentielle pour les IC. Elle a pour double objectif de fournir une rétroaction sur leur travail, d'améliorer leurs performances et de développer leurs compétences, ainsi que d'aider les IC à adapter les programmes de formation pour mieux répondre aux besoins des employés et à leurs objectifs. En identifiant les compétences et les connaissances à développer, les IC peuvent proposer des formations ciblées et pertinentes pour leurs employés. Il existe différentes méthodes d'évaluation des

performances, telles que l'auto-évaluation, l'évaluation par les pairs et l'évaluation par le directeur.

Tout d'abord, l'auto-évaluation permet aux employés d'évaluer leurs propres performances et de réfléchir à leurs réussites, leurs défis et leurs domaines d'amélioration. Cela aide les employés à mieux comprendre leurs forces et leurs faiblesses et à s'impliquer davantage dans leur développement professionnel en lien avec la valorisation du patrimoine chinois. Ensuite, l'évaluation par les pairs consiste à demander aux collègues de travail d'évaluer les performances d'un employé. Cela peut aider à fournir une perspective plus large sur les performances de l'employé et à identifier des domaines d'amélioration qui pourraient être inaperçus par le directeur. En effet, cette méthode d'évaluation par les pairs peut jouer un rôle important dans le renforcement de la communication interne au sein des IC, en particulier parmi les employés d'origines diverses. Cette méthode encourage non seulement le partage des connaissances et des expériences, mais favorise également la compréhension mutuelle et le respect entre les employés. En évaluant les performances de leurs pairs, les employés peuvent mieux comprendre les défis et les perspectives de leurs collègues, ce qui peut conduire à une meilleure collaboration et à une atmosphère de travail plus harmonieuse. De plus, cela peut aider à identifier et à valoriser la diversité des compétences et des talents au sein de l'équipe, ce qui est particulièrement important dans un contexte interculturel pour les IC. Enfin, l'évaluation par le directeur est un processus où le superviseur ou le manager évalue les performances d'un employé en se basant sur des objectifs et des critères préétablis. Cette évaluation est souvent considérée comme l'évaluation la plus formelle et est généralement réalisée annuellement ou semestriellement.

Dans la plupart des IC en France, il n'y a aucune évaluation officielle pour les employés locaux. En ce qui concerne les employés envoyés de Chine, ils ne reçoivent non plus d'évaluation officielle, mais ils peuvent faire une auto-évaluation dans leur résumé d'activités du trimestre. Cependant, il est important de noter que l'auto-évaluation ne devrait pas être la seule méthode d'évaluation des performances dans les IC. Il peut être bénéfique de combiner l'auto-évaluation avec d'autres méthodes, telles que l'évaluation par les pairs ou l'évaluation par le directeur, pour obtenir une image plus complète et précise des performances d'un employé.

En résumé, l'évaluation régulière du travail des employés locaux contribue à la qualité et à l'amélioration continue des activités culturelles des IC en identifiant les forces et les faiblesses des employés et en adaptant les programmes de formation pour mieux répondre à leurs besoins et aux objectifs des IC.

9.2. La relocalisation socioculturelle

Au cours de ce nouveau siècle, les tendances à la multipolarisation politique, à la mondialisation économique, à la diversification culturelle et à l'informatisation sociale sont irréversibles. Avec l'approfondissement des liens et de l'interdépendance, tous les pays sont confrontés à de nombreux défis communs, et la nécessité inhérente d'un développement interconnecté de tous les pays devient de plus en plus évidente. La gouvernance mondiale fondée sur le respect de la diversité des civilisations devient progressivement une valeur mondiale pour relever les défis communs de l'humanité.

La nation chinoise, au cours du développement de sa civilisation, depuis plus de 5000 ans, a toujours défendu une philosophie de la paix et de l'harmonie tout en adhérant à la voie diplomatique de la bienveillance, du bon voisinage et de l'harmonie avec tous les autres pays. La gouvernance mondiale et la construction d'une communauté d'un destin commun pour l'humanité reflètent une simple recherche d'un monde meilleur par le peuple chinois depuis les temps anciens, et sont également conformes aux intérêts fondamentaux des peuples du monde. Les plus grandes caractéristiques de la civilisation chinoise peuvent être résumées comme étant la cohésion intérieure et l'harmonie extérieure. Ces caractéristiques résident dans son héritage civilisationnel avec une signification de valeur universelle accumulée continuellement au cours du long développement historique et dans son approche unique de la communication harmonisant les relations pour favoriser la cohésion sociale (Yang *et al.*, 2012 : 13).

Nous essayons de trouver des moyens liés à l'amélioration de la gestion organisationnelle et à la création des biens mondiaux des IC pour qu'ils puissent davantage contribuer au renforcement du *soft power* chinois et à la construction d'une communauté d'un destin commun pour l'humanité dans le contexte d'une ère de gouvernance mondiale.

9.2.1. La création des biens publics mondiaux de valeurs universelles

Avec l'évolution du pouvoir international vers la multipolarité dans le contexte de la gouvernance mondiale, l'unilatéralisme évolue positivement vers le multilatéralisme. Le développement de la Chine est une opportunité pour le monde. En effet, la Chine est non seulement bénéficiaire de la mondialisation économique, mais aussi une contributrice, en ce sens, la connotation des « histoires de la Chine » est implantée et continuellement intégrée aux autres pays (Wang, Chen, 2019 : 18). Les IC ont déjà commencé à travailler dans cette direction. Par exemple, la coopération entre la Chine et d'autres pays dans la production et la communication de documentaires est devenue une pratique courante, avec des projets conjoints entre la Chine et des partenaires étrangers. Par exemple, un documentaire intitulé *Au-dessus du bois de chauffage, du riz, de l'huile et du sel* a été réalisé en 2021 par Malcolm Clarke, lauréat de deux Oscar. Le documentaire raconte l'histoire de la lutte contre la pauvreté en Chine au travers des yeux de personnages ordinaires. Le film a été bien accueilli en Chine et à l'étranger et offre des idées importantes sur la façon dont les documentaires chinois peuvent être présentés à un public international¹³⁴. Il est donc important de se concentrer sur les personnes dans les documentaires internationaux et de travailler en collaboration pour raconter des histoires chinoises à un public mondial.

En tant que plates-formes et vecteurs d'échange et d'apprentissage culturel mutuel, les IC doivent donc non seulement raconter de « bonnes histoires chinoises », mais également mettre en avant les histoires de coopération entre la Chine et d'autres pays, ainsi que les histoires des pays et des régions où ils sont implantés (Li, 2021 : 187). Dans le contexte de la gouvernance mondiale, le rôle fondamental de l'enseignement linguistique et culturel dans la promotion des échanges humanistes et l'approfondissement de la compréhension internationale est devenu de plus en plus important. Les IC devront développer des biens publics mondiaux avec des valeurs universelles afin de construire une communauté d'un destin commun pour l'humanité. Ainsi, elles deviennent des lieux de production, de diffusion et de légitimation des savoirs, des formes et des genres artistiques (Letierrier, 2009 : 82).

¹³⁴ Fei Han. *Ji Lu Pian "Chai Mi You Yan Zhi Shang" Guo Ji Chuan Bo de Guan Nian Yu Lu Jing Chuang Xin* (Concepts et innovations de la diffusion internationale du documentaire "Au-delà du riz et du sel"). The Paper. Publié le 09 octobre 2021 [consulté le 22 avril 2023]. Disponible sur : https://www.thepaper.cn/newsDetail_forward_14826647.

Tournons notre regard vers la France. La plupart des IC en France relèvent d'un statut d'association Loi 1901 alors que certains sont rattachés à une université, mais tous s'adaptent à la législation française, première étape pour réaliser une localisation socioculturelle. Cela signifie que les IC en France s'efforcent de travailler en harmonie avec les communautés locales en respectant leurs lois et leurs traditions. Grâce à eux, l'interaction à double sens entre la culture chinoise et la culture française est encouragée. Si la langue et la culture chinoises s'étendent, la Chine accueille également davantage la culture française *via* les IC. La communication du chinois ne vise pas à forcer les Français à accepter la culture chinoise, mais à partager les cultures. Le partage est une voie à double sens. La Chine doit dire aux Français non seulement « l'histoire chinoise », mais aussi « l'histoire française ». Les participants français n'ont pas pour objectif d'écouter seulement des histoires chinoises, mais aussi de créer des opportunités leur permettant de présenter leurs histoires.

De ce fait, les IC devront promouvoir l'échange et l'apprentissage mutuels des différentes cultures et favoriser les échanges constructifs entre le peuple chinois et français, ce qui renforcera le multiculturalisme. C'est en levant la bannière de l'échange civil que les IC maximiseront l'intégration amicale des différentes valeurs culturelles et formeront une valeur universelle avec le plus grand consensus, afin de devenir de véritables représentants d'une communauté d'un destin commun pour l'humanité et explorer des solutions aux problèmes de l'humanité.

Afin de fournir des biens mondiaux aux publics étrangers, les IC doivent d'abord localiser leurs deux activités principales. La localisation est une étape importante de l'auto-adaptation pour tout produit destiné à entrer dans une culture différente. Si les IC s'accrochent trop aux caractéristiques chinoises, sans comprendre ou intégrer la culture locale, ce sera une attitude incorrecte de communication culturelle à double sens.

Concernant les actions d'enseignement, les IC sont principalement destinés à l'enseignement du chinois et à la communication de sa culture au niveau non académique. Cela représente une très faible proportion par rapport à l'ampleur de l'enseignement du chinois dans le système éducatif français. Certes, il existe des régions spécifiques où un IC a été intégré au système éducatif local, par exemple, à Arras, mais cela reste relativement rare. En effet, l'acteur principal de l'éducation du chinois en France est le système éducatif national français

et les IC sont des acteurs complémentaires. Du fait que le système éducatif français porte la responsabilité principale de l'enseignement du chinois, les IC ne sont donc pas en concurrence avec le système éducatif français. Cependant, ils sont des partenaires potentiels venant compléter l'enseignement du chinois dans le système éducatif national français. Par exemple, quand le système éducatif français a un besoin complémentaire d'enseignement du chinois, les IC doivent répondre positivement. Ce faisant, les IC deviennent des acteurs importants de l'enseignement du chinois en France. Yinghui Wu (2015 : 33) confirme toutefois que les IC ne sont que des acteurs d'enseignement du chinois avec une responsabilité limitée. Par conséquent, il est nécessaire de clarifier le rôle des IC en fonction de l'enseignement du chinois en France, ce qui aidera à ajuster raisonnablement leur direction de développement et à former une relation bienveillante et complémentaire avec les institutions éducatives françaises à tous les niveaux afin de construire une atmosphère harmonieuse pour un développement commun.

Quant aux activités culturelles, afin de localiser leurs activités, les IC devront rechercher activement des éléments permettant de promouvoir l'intégration des cultures chinoise et française et les mettre ensuite dans les lieux publics de la communauté locale. Les activités culturelles à taille unique ne conviennent pas aux Français. Il faut comprendre en profondeur la culture française et les besoins locaux avant de concevoir des activités culturelles adaptées au public local. Prenons les fêtes traditionnelles comme exemple. Pendant les fêtes traditionnelles chinoises telles que le Nouvel An chinois et le Festival de la mi-automne, les IC sont toujours animés par une série d'événements culturels (Ye, 2021 : 1). Cependant, les IC sont absents aux fêtes traditionnelles françaises. Lors de dates significatives pour les Français, s'ils mettent en place des activités qui rapprochent les deux cultures, cela garantira non seulement une meilleure compréhension de la culture chinoise par les Français, mais aussi une optimisation des initiatives culturelles. Ainsi, les IC peuvent-ils établir leur présence à trois niveaux distincts : les marques patrimoniales, contemporaines et universelles (Corral-Regourd, 2016). Les marques patrimoniales mettent en lumière l'histoire, le patrimoine, l'héritage, et la contribution des IC à la culture nationale, renforçant ainsi leur prestige et leur légitimité. Les marques contemporaines, quant à elles, se concentrent sur la créativité et l'innovation. En proposant des activités originales et de qualité, elles répondent aux tendances actuelles et fidélisent un public varié. Enfin, les marques universelles ont pour ambition de se faire reconnaître au niveau international, en établissant des collaborations

mondiales et en favorisant le dialogue entre cultures, leur permettant ainsi d'étendre leur influence à l'échelle mondiale.

Vu la situation actuelle des IC en France, il est essentiel qu'ils développent des initiatives innovantes dans les domaines suivants. Dans un premier temps, ils doivent s'efforcer de promouvoir des projets et des initiatives impliquant une collaboration entre des partenaires chinois et français, en mettant l'accent sur les bénéfices mutuels découlant de la coopération et de l'échange culturel. Ensuite, ils doivent organiser des événements et des activités prenant compte des apports culturels et artistiques des régions françaises où les IC sont implantés, en montrant comment la culture chinoise et la culture locale peuvent cohabiter et se compléter. En outre, les IC doivent partager les récits et les expériences des anciens élèves et des participants aux programmes d'échange, en soulignant comment leur contact avec la culture chinoise et la culture locale a enrichi leur connaissance et leur estime des deux cultures.

En suivant ces stratégies, les IC en France pourront non seulement diffuser de « belles histoires chinoises », mais aussi mettre en lumière des histoires d'échanges culturels réciproques, contribuant ainsi à renforcer les relations entre la Chine et la France.

9.2.2. La liberté académique

La liberté académique est un concept qui a été principalement associé à l'autonomie institutionnelle des établissements d'enseignement. L'UNESCO a adopté des recommandations concernant la condition du personnel enseignant, notamment en ce qui concerne la liberté académique. Cette liberté est également garantie par des traités internationaux et régionaux sur les droits de l'Homme¹³⁵.

a. La controverse

Les controverses entourant les IC en France n'ont pas émergé immédiatement après leur introduction dans le paysage culturel et éducatif français. Il s'agit plutôt d'un phénomène qui a connu une évolution significative au fil des années, marquée par des phases distinctes de réception et de perception par le public et les médias. Afin d'avoir une vue complète de cette dynamique et de comprendre les nuances de l'évolution des attitudes à l'égard des IC, nous

¹³⁵ Explications sur la liberté académique. Consulté le 22 avril 2023. Disponible sur : <https://www.right-to-education.org/fr/issue-page/la-libert-acad-mique-et-denseignement>.

nous proposons d'analyser les positions exprimées dans dix-sept articles de presse collectés sur une période s'étendant de 2008 à 2023. Cette analyse nous permettra de tracer le parcours des narratifs médiatiques et d'identifier les points tournants dans la manière dont les IC ont été perçus et présentés dans les médias français.

Titre	Date de publication	de Presse
Les instituts Confucius, vitrines de la Chine, se multiplient	28/03/2008	Le Figaro
Les Instituts Confucius en Afrique — 8 milliards de voisins	09/07/2013	RFI
Soft power à la chinoise	10/9/2019	Les Echos
Un Chinois de l'Institut Confucius de Bruxelles banni de l'espace Schengen	30/10/2019	RFI
Une matinée au coeur de la culture chinoise à Carnot	22/11/2019	Nice Matin
Au nom de Confucius	05/2020	Monde diplomatique
Instituts Confucius : La langue et la culture comme outils de l'influence de la Chine dans le monde	23/6/2020	EHNE
Washington agit contre les instituts Confucius, « outils de propagande » chinois	13/08/2020	Le Figaro
Le rôle trouble des instituts Confucius, accusés d'être des « outils de propagande » chinois	14/08/2020	L'Express
Institut Confucius, danger pour la liberté d'expression en France	20/10/2020	Vision Times
Les Instituts Confucius, outils controversés du <i>soft power</i> chinois	9/4/2021	L'Orient Le Jour
Les Instituts Confucius en France, de si discrets relais chinois	8/7/2021	Le Monde
À Arras, la discrète emprise chinoise sur la vie universitaire	03/11/2021	Le Figaro
L'organisme financé par la Chine et chargé de faire la promotion de sa langue et de sa culture à l'étranger est loin de faire l'unanimité	10/2/2022	La Presse
Demande de fermeture des Instituts Confucius en France : des personnalités françaises s'élèvent contre l'infiltration du PCC	10/10/2022	Vision Times
Les instituts Confucius en Afrique : la diplomatie culturelle chinoise en action	20/10/2022	RFI
Manifestation contre l'implantation de l'entreprise Huawei à Brumath et les Instituts Confucius jeudi	16/3/2023	Rue89 Strasbourg

Tableau 9.2 : Les dix-sept articles de presse français sur les Instituts Confucius de 2008 à 2023
Créé par Xue HAN le 16 septembre 2023

Au cours des années, les attitudes des médias français envers les IC ont manifestement évolué, passant d'une phase d'introduction et de présentation à une période de critique accrue et de controverses. Dans les premières années, notamment en 2008, les articles du Figaro et de RFI présentent les IC d'une manière assez neutre, mettant en lumière leur rôle dans la communication de la culture chinoise et leur implication dans des initiatives culturelles en Afrique.

À partir de 2019, la dynamique change notablement. Les Échos abordent la question du *soft power* chinois, tandis que Nice Matin offre un aperçu d'une matinée culturelle organisée par un IC, mettant en avant un aspect positif de leur travail. Cependant, la même année, RFI rapporte un incident grave impliquant un membre d'un IC qui a été banni de l'espace Schengen, signalant une possible ombre au tableau. En 2020, la couverture médiatique s'intensifie avec une série d'articles exprimant des préoccupations et des critiques à l'égard des IC, mettant en avant des questions de liberté d'expression et d'influence politique. Le Monde Diplomatique et EHNE, par exemple, discutent du rôle des IC dans l'utilisation de la langue et de la culture comme outils d'influence. En 2021, la critique s'accroît avec des articles de L'Orient Le Jour et Le Monde qui mettent en lumière une influence discrète mais notable des IC en France. Le Figaro, dans un article de novembre 2021, parle d'une « discrète emprise chinoise » sur la vie universitaire à Arras, soulignant une approche plus subtile de l'influence chinoise. En 2022, la couverture médiatique devient plus polarisée. D'une part, RFI présente une vue relativement neutre des IC, mettant en avant leur rôle dans la diplomatie culturelle chinoise en Afrique. D'autre part, des médias comme La Presse et Vision Times adoptent une position plus critique, mettant en avant les controverses entourant les IC et soulignant les appels à une vigilance accrue. En 2023, la situation semble atteindre un point de crise, avec des manifestations contre les IC signalées par Rue89 Strasbourg, indiquant une opposition croissante et une résistance active à leur présence et à leur expansion.

Il est évident que la couverture médiatique des IC en France a connu une transformation significative au fil des années. Alors que les premiers articles étaient centrés sur la présentation des IC et leur rôle dans la promotion de la culture chinoise, une tendance à une couverture plus critique s'est affirmée au fil du temps, mettant en avant des préoccupations concernant l'influence politique des IC, leur rôle dans le *soft power* chinois, et des inquiétudes

relatives à la liberté d'expression. En 2023, nous observons même des signes de résistance active contre les IC, illustrant une évolution vers une opposition plus ouverte et organisée. Cette analyse chronologique met en lumière une trajectoire de perception changeante, marquée par une augmentation des critiques et des controverses au fil des années, bien que certains médias, comme RFI, maintiennent une approche plus neutre et équilibrée dans leur couverture des IC.

Cette tendance critique s'ancre profondément dans des incidents spécifiques qui ont soulevé des questions sur la liberté académique au sein des IC. D'une part, l'accusation concernant le manque de liberté académique des IC est liée à la protection de l'intégrité territoriale de la Chine et au fait que le personnel des IC n'est pas encouragé à débattre de sujets sensibles, tels que Taïwan, le Tibet, le Xinjiang ou Hong Kong, avec des étrangers pour des raisons pacifiques. Cette accusation a été déclenchée par un incident survenu lors d'une conférence internationale organisée par l'EACS au Portugal. Xu Lin a déchiré des pages d'un programme de conférence contenant des informations sur la Fondation Chiang Ching-kuo, ce qui a provoqué une vive réaction de la part de l'EACS et des médias taïwanais.

D'autre part, l'accusation concernant le manque de liberté académique des IC provient également du manque de transparence concernant leur financement. Plus précisément, ces questions de transparence ont été soulevées concernant le financement des IC et leur relation avec les universités et les institutions partenaires en France. Certains chercheurs inquiètent de l'indépendance de ces institutions et de leur impact potentiel sur la diversité des opinions et la liberté d'expression. Par exemple, l'article intitulé « Les IC mettent-ils en péril la liberté académique ?¹³⁶ » examine les préoccupations liées à l'influence des IC sur la liberté académique dans les universités. Selon une enquête menée par le Sénat américain et des rapports de groupes de défense des droits de l'Homme, les IC cherchent à contrôler le discours sur la Chine dans les universités du monde entier. Le financement chinois des IC est assorti de conditions qui peuvent compromettre la liberté académique. Les contrats entre le *Hanban* et les universités donnent au *Hanban* une influence sur les programmes d'études et l'embauche des enseignants en échange d'une participation aux dépenses de fonctionnement d'un institut.

¹³⁶ Emily Louise Bowman. *Les instituts Confucius mettent-ils en péril la liberté académique ?* [En ligne], Share America, publié le 11 avril 2019 [consulté le 23 juin 2020]. Disponible sur : <https://share.america.gov/fr/les-instituts-confucius-mettent-ils-en-peril-la-liberte-academique/>.

S'ils peuvent relever d'un statut d'association, ils sont la plupart du temps implantés au sein d'une université étrangère et rattachés à une université chinoise. Du fait du soutien financier du Hanban à ces instituts et par extension aux universités étrangères qui les accueillent, se pose la question de la liberté académique des programmes dispensés. C'est d'ailleurs cette question – la suspicion de l'influence du PCC sur les programmes des universités partenaires – qui a décidé la fermeture de plusieurs instituts Confucius aux États-Unis depuis 2014¹³⁷.

La critique sur le manque de liberté académique a des effets défavorables pour les IC. En effet, il peut conduire à une forme d'exclusion ou de marginalisation des voix dissidentes (Bertini, 2007 : 3) qui remettent en question les vues du gouvernement chinois sur des sujets sensibles. Cette forme d'exclusion se manifeste déjà dans la fermeture des IC aux États-Unis et en Europe, sous la pression des autorités locales ou des associations de défense des droits de l'homme telles que l'association *National Association of Scholars*¹³⁸ et l'Association Initiative Citoyenne. Ces fermetures portent atteinte à la diversité culturelle et à la coopération éducative entre les pays. Elles réduisent également les opportunités d'apprentissage et d'échange pour les étudiants passionnés par la langue et la culture chinoises. Paradoxalement, il y a une demande croissante de la part des Français pour l'ouverture de davantage d'IC en particulier dans les petites villes (Entretien 4 ICCA, Entretien 12 ICUPC).

b. En défense...

Les médias officiels chinois ont défendu l'action de Xu Lin, affirmant qu'elle ne faisait que défendre les intérêts nationaux¹³⁹. Dans une interview de Xu Lin par un correspondant de la BBC¹⁴⁰, Xu Lin a défendu son action en disant que les pages en question contenaient des informations politiques qui n'avaient rien à voir avec les sujets académiques de la conférence. Selon elle, la question de Taiwan était une question interne à la Chine. Dans cette interview, Xu Lin a également répondu aux préoccupations concernant les IC et leur impact sur la liberté académique dans les universités occidentales en affirmant que les enseignants des IC ont la

¹³⁷ Nashidil R. *Instituts Confucius* [en ligne]. Encyclopédie d'histoire numérique de l'Europe. Mis en ligne le 23 juin 2020 [consulté le 13 avril 2023]. Disponible sur : <https://ehne.fr/fr/node/14358>.

¹³⁸ Un article intitulé *Criticizing Confucius Institutes*. Consulté le premier octobre 2023. Disponible sur : https://www.nas.org/blogs/article/criticizing_confucius_institutes.

¹³⁹ Origine de la critique. Publié le 05 août 2014 [consulté le 23 août 2022]. Disponible sur : <https://www.dw.com/zh/%E4%B8%AD%E5%9B%BD%E5%AE%98%E5%AA%92%E6%B1%89%E5%8A%9E%E4%B8%BB%E4%BB%BB%E6%B5%B7%E5%A4%96%E6%92%95%E4%B9%A6%E4%B8%8D%E4%B8%A2%E4%BA%BA/a-17832794>.

¹⁴⁰ Interview avec Xu Lin. Publié le 29 décembre 2014 [consulté le 22 mai 2022]. Disponible sur : https://www.bbc.com/zhongwen/simp/china/2014/12/141229_confucius_interview.

liberté d'exprimer leurs opinions et que les IC ne sont pas impliqués dans la censure ou la restriction des sujets de discussion. Dans une autre interview¹⁴¹, Xu Lin a critiqué les accusations portées contre les IC en disant que les critiques sont basées sur des doubles standards. Selon elle, les universités américaines ont leurs propres règles concernant la neutralité des professeurs en classe et l'interdiction d'aborder des sujets controversés en dehors de leur domaine d'expertise. Cependant, ces mêmes universités veulent que des dissidents politiques viennent donner des conférences aux IC, ce qui témoigne d'un préjugé à l'égard de ces instituts.

Dans le cadre de nos entretiens avec les participants français, une question complémentaire a été posée aux huit participants concernant les allégations des médias français selon lesquelles les IC pourraient être liés à des activités d'espionnage. Les réponses ont révélé une variété de perceptions et d'expériences. La plupart des répondants ont nié avoir eu des inquiétudes ou des soupçons liés à des activités d'espionnage lors de leur participation aux activités des Instituts Confucius. Plusieurs d'entre eux ont défendu le rôle de ces instituts dans la promotion de la culture chinoise, et ont critiqué la représentation médiatique, qu'ils jugent partielle et destinée à dénigrer l'influence croissante de la Chine. Cependant, certains témoignages ont révélé une perception plus nuancée. Un individu a évoqué un sentiment de malaise en tant que stagiaire face à la censure de certaines conférences (Entretien 4 ICCA). Un autre s'est dit en proie à des questionnements sur l'éventualité d'activités d'espionnage, bien que cela n'ait pas affecté son comportement lors des événements (Entretien 11 ICUPC).

Question complémentaire : Les médias français ont parfois avancé que les IC pourraient être liés à des activités d'espionnage. Lors de votre participation aux activités culturelles des Instituts Confucius, avez-vous ressenti une quelconque suspicion ou inquiétude à ce sujet ? Pourquoi ou pourquoi pas ?	
Entretien 3 ICCA	Non.
Entretien 4 ICCA	En tant que participante, je n'ai pas eu l'impression que les activités de l'ICCA étaient liées à de l'espionnage. Cependant, en tant que stagiaire, j'ai ressenti un malaise car certaines conférences ont été censurées, ce qui a empêché leur tenue.
Entretien 8 ICA	Non, je n'ai pas ressenti l'espionnage.
Entretien 9 ICA	Enfin, je ne m'occupe pas forcément de ce qu'on dit là dessus parce que les points de vue sont ni blancs ni noirs. Mais pour les activités culturelles des IC, je n'ai rien senti de tel cas.

¹⁴¹ Interview avec Xu Lin. Publié le 7 mars 2016 [consulté le 28 mai 2022]. Disponible sur : https://www.xinhuanet.com/politics/2016-03/07/c_1118258948.htm.

Entretien 10 ICUPC	Toutes les grandes puissances ont des espions partout dans le monde telles que les États-Unis, la France, la Chine... mais après les IC non, je ne pense pas que ce soit lié à des activités d'espionnage. Pour moi, c'est vraiment pour promouvoir la culture chinoise comme le font les Alliances Françaises. Je reproche aux médias français parce qu'ils ne sont pas toujours honnêtes et il y a un côté politique derrière.
Entretien 11 ICUPC	Je me pose des questions sur l'espionnage, mais je n'ai pas de raison de m'inquiéter. Cela peut arriver, mais cela ne change pas mon comportement. La suspicion peut être liée à une personne qui prend beaucoup de photos lors des activités culturelles.
Entretien 12 ICUPC	Non, moi je trouve que c'est complètement n'importe quoi. Quand on participe à ce genre d'événement, on est toujours bien accueilli, il n'y a jamais de crainte et c'est toujours chaleureux. Il n'y a pas de pensée négative derrière. Les personnes qui font ça, c'est juste pour essayer de dénigrer la culture chinoise, parce qu'elle est en train de prendre de l'ampleur dans le monde. C'est mon point de vue. Donc du coup, comme ils ont peur, ils essaient de trouver un moyen de contrer cette influence qui est en train de s'agrandir.

Tableau 9.3 : Les huit réponses des participant à la question concernant les allégations des médias français
(Créé par Xue HAN le 19 septembre 2023)

Cette analyse qualitative montre que, si la grande majorité des participants n'ont pas ressenti de suspicion ou d'inquiétude en lien avec les allégations d'espionnage, une petite fraction a exprimé des réserves et des expériences moins positives. Ces réponses indiquent une complexité des perceptions individuelles qui méritent une considération approfondie pour une compréhension nuancée de l'impact des activités des IC en France.

c. La solution

Les IC sont souvent au cœur des controverses, dans un contexte où la méfiance envers les institutions officielles est forte. Ils sont perçus comme des instruments de « pénétration culturelle » orchestrée par le gouvernement chinois, ce qui suscite l'antipathie d'une partie du public et remet en question leur influence sur l'intégrité et l'indépendance des universités partenaires en France (Chang, 2015 : 28). Cependant, cette stigmatisation découlant de ces controverses peut servir d'instrument de redéploiement (Bertini, 2007 : 3) pour améliorer la communication des IC. C'est comme le dit Lao Tseu : 禍之福之所倚, ce qui signifie que le malheur peut être le fondement du bonheur, et vice versa. Ainsi, les IC peuvent-ils transformer les critiques en opportunités d'amélioration et de dialogue.

Précisément, face à ces critiques, les IC doivent trouver un équilibre délicat entre la promotion de la culture chinoise et le respect intransigeant de la liberté académique. Ils doivent veiller à ce que leur financement et leur influence ne compromettent pas l'indépendance et l'intégrité des institutions universitaires avec lesquelles ils collaborent. Ils

doivent également s'assurer que leurs activités ne sont pas utilisées à des fins d'espionnage ou d'ingérence dans les affaires internes françaises.

Pour contrer les discours alarmistes non fondés sur des recherches concrètes, une piste à explorer serait d'inviter des experts indépendants français à mener des études de terrain sur les activités et les programmes des IC. Les résultats de ces recherches, menées en toute impartialité, seraient potentiellement plus convaincants et permettraient de dissiper les suspicions souvent peu étayées concernant l'influence du PCC sur les programmes des universités partenaires. En ce sens, il est essentiel de maintenir une communication ouverte et transparente, tant avec les universités partenaires qu'avec le grand public. En forgeant des partenariats solides et respectueux des valeurs académiques et en favorisant une meilleure compréhension de leur mission culturelle, les IC ont l'opportunité de renforcer la confiance avec le public et les institutions françaises. Cette démarche collaborative et transparente leur permettrait non seulement de démontrer leur engagement envers la liberté académique, mais aussi de poursuivre leur mission première : promouvoir la langue et la culture chinoises tout en respectant les principes fondamentaux de la liberté académique.

La naissance des IC est étroitement liée au temps (应运而生, 抓住了“时”) ; grâce à ces controverses et défis, les IC devraient continuer de s'adapter à leur environnement changeant (应境而改, 抓住了“位”). Comme déjà abordé (chapitre 4 : 118), le temps est un élément essentiel à prendre en compte dans les interactions humaines. Pour les Chinois, ne pas reconnaître l'évolution du temps dans la communication entrave l'harmonie et peut conduire à l'échec de la communication. L'emplacement est un facteur spatial dans les interactions humaines, incluant le contexte social et l'environnement de communication. Ainsi, c'est lorsque les IC s'ajustent bien aux contextes locaux et réels qu'elles peuvent transformer les épreuves en opportunités (转祸为福). Dans leur objectif ultime, ils contribuent au bonheur des peuples dans un monde partagé et harmonieux.

9.2.3. Le renforcement de l'interaction

La théorie des systèmes interactifs de Robert Simons (1995, cité par Dorbaire, Chen, Chen, 2012 : 276) souligne l'importance de l'engagement et du dialogue dans la gestion efficace d'une organisation. Cette théorie peut être étroitement liée à la théorie de la localisation dans le contexte de la localisation des activités culturelles des IC en France. Cette relation trouve sa

pertinence dans la volonté d'accroître l'impact de ces IC et de favoriser une meilleure compréhension de la culture chinoise parmi les Français. En mettant en œuvre la théorie des systèmes interactifs au sein de ces IC, en encourageant le dialogue, la participation active et l'échange d'idées entre les étudiants français et les enseignants chinois, il est possible de créer un environnement d'apprentissage collaboratif et interactif. Ce contexte favorise non seulement l'engagement des participants, mais permet également d'adapter les activités culturelles au contexte local français, en prenant en compte les attentes, les préférences et les spécificités culturelles de la population locale.

Les IC sont investis de la mission de diffuser la langue et la culture chinoises à travers le monde. Pour atteindre cet objectif ambitieux, il est impératif de cultiver un environnement propice à la participation interactive au sein de ces institutions. Les systèmes interactifs, en tant qu'outils de contrôle, jouent un rôle central à cet égard. Cependant, il faut également prendre en compte le rôle de la communication dans l'intervention, tant comme un impensé que comme un dispositif dialogique et constitutif des organisations (De La Broise, Gardère, Lambotte, 2022 : 15). Ainsi, la communication ne se réduit-elle pas à un simple moyen de transmettre des informations, mais elle contribue à créer et transformer les relations entre les acteurs impliqués dans le processus d'intervention.

Ces systèmes stimulent le dialogue et encouragent l'échange d'idées, créant ainsi un cadre propice à l'apprentissage collaboratif (De La Broise, Gardère, Lambotte, 2022 : 18). Comme le souligne une participante, « La forme d'activité est pour moi le critère le plus important. Je préfère les ateliers qui encouragent la participation des participants, peu importe le sujet abordé. Ensuite, l'intervenant est important, il est essentiel qu'il soit là pour échanger et donner la parole aux participants intéressés pour les impliquer dans l'activité » (Entretien 5 ICCA).

De plus, les systèmes interactifs offrent aux IC la possibilité de s'adapter de manière efficace aux spécificités des contextes locaux. Comme le mentionne une autre participante, « D'abord, la présentation de la culture chinoise est un élément clé pour réussir une activité culturelle. Ensuite, il est préférable d'organiser des événements en fonction des dates festives chinoises tout au long de l'année. Enfin, l'intervenant joue également un rôle important en partageant

ses expériences personnelles et en évitant de simplement copier-coller des informations à partir de livres » (Entretien 4 ICCA).

Cette compréhension accrue permet aux IC d'ajuster leurs programmes et leurs activités pour mieux répondre aux besoins et aux intérêts de leur public local, comme le souligne un autre participant, « Pour une activité culturelle, il est important d'avoir une collaboration réussie. Dans ce cas, la collaboration entre l'ICUPC et l'université Paris Cité a permis d'attirer beaucoup d'élèves, ce qui n'est pas toujours facile à réaliser avec l'ICUPC seul » (Entretien 11 ICUPC).

Toutes ces citations mettent en évidence l'importance de divers facteurs tels que le contenu, l'intervenant, la forme d'activité, l'horaire et le lieu dans la réussite d'une activité culturelle au sein des IC. Elles soulignent également l'importance de la participation interactive. Ainsi, l'encouragement d'une participation interactive au sein des IC, grâce à la théorie des systèmes interactifs, est essentiel pour la réalisation de leur mission. Les systèmes interactifs, en tant que leviers de contrôle, jouent un rôle important à cet égard. Ces systèmes encouragent le dialogue et l'échange d'idées, créant ainsi un environnement propice à l'apprentissage collaboratif. Par exemple, des ateliers interactifs sur la culture chinoise peuvent être organisés, où les participants ont la possibilité de poser des questions, de partager leurs perspectives et d'apprendre de manière collaborative. De plus, les systèmes interactifs permettent aux IC de s'adapter efficacement aux contextes locaux. En favorisant l'échange d'idées et le dialogue, ces systèmes permettent une meilleure compréhension des spécificités culturelles locales. Cela permet aux IC de personnaliser leurs programmes et leurs activités pour mieux répondre aux besoins et aux intérêts de leur public local. En somme, l'encouragement d'une participation interactive au sein des IC, en combinant la théorie des systèmes interactifs avec la théorie de la localisation, est essentiel pour la réalisation de leur mission. Cela favorise non seulement un apprentissage plus efficace de la langue et de la culture chinoises, mais permet également une meilleure adaptation aux divers contextes culturels locaux.

9.3. La relocalisation géographique

Dans le contexte de la mondialisation et de l'interconnexion croissante, il est proposé que les IC en France entreprennent une relocalisation géographique de leurs activités culturelles. Cette démarche stratégique pourrait ouvrir la voie à l'établissement de divers partenariats,

enrichissant ainsi le paysage culturel local. De plus, cette initiative pourrait permettre d'étendre les activités culturelles au-delà des limites traditionnelles du campus universitaire, favorisant une plus grande accessibilité et une plus large diffusion. Parallèlement, il est suggéré d'adopter un mode hybride pour les activités culturelles, combinant des éléments en ligne et hors ligne. Cette approche innovante offrirait une expérience plus flexible et enrichissante, tout en répondant aux défis et aux opportunités de l'ère numérique.

9.3.1. Le développement de divers partenariats

Il est essentiel pour les IC de favoriser la coopération et le partenariat entre les IC et les autres acteurs culturels locaux, en tenant compte des besoins et des intérêts des populations concernées afin de réaliser leurs deux activités principales. Les IC devront mettre en avant les projets et les initiatives conjoints impliquant à la fois des partenaires chinois et français, en se concentrant sur la manière dont la coopération et l'échange culturel ont conduit à des réalisations mutuellement bénéfiques. Ils devront également encourager et soutenir les projets de recherche conjoints entre les universités chinoises et françaises, en soulignant les résultats et les avancées qui en découlent.

Par exemple, la réussite de l'ICCA dans sa communication interculturelle est étroitement liée à une collaboration étroite et stratégique avec diverses institutions universitaires, associations et établissements scolaires de la région. Cela souligne l'engagement fort des acteurs locaux dans la promotion de la communication interculturelle.

Type d'institution	Nom
Institutions universitaires	SKEMA Business School
	EDHEC de Nice
	Polytech Nice Sophia
	Université Côte d'Azur
	Institut universitaire de technologie Nice Côte d'Azur
	Université de Cannes
	Associations
	Association Chine Azur
	Association Étoile d'Azur
	Association des Chinois de la Côte d'Azur
	Association des Étudiants Chinois de la Côte d'Azur
	Association Chine Rencontres

Établissements scolaires	Lycée Parc Impérial
	Centre International de Valbonne
	Collège Carnot
	Lycée Bonaparte de Toulon
	École-Collège Blanche De Castille

Tableau 9.4 : La liste des partenaires de l'ICCA
(Créé le 10 mai 2023 par Xue HAN)

Au niveau des institutions universitaires, l'ICCA collabore avec plusieurs institutions renommées, dont la SKEMA Business School, l'EDHEC de Nice, l'université Côte d'Azur y compris, le Polytech Nice Sophia, l'Institut universitaire de technologie Nice Côte d'Azur, et l'université de Cannes. Ces collaborations visent à faciliter l'échange culturel entre la Chine et la France, en offrant aux étudiants et au personnel universitaire l'opportunité de découvrir et d'apprendre la langue et la culture chinoises.

L'ICCA collabore avec plusieurs associations locales pour promouvoir la culture chinoise et faciliter la communication interculturelle. Ces associations jouent un rôle important dans la communication de la culture chinoise au sein de la communauté locale. Parmi ces associations, on trouve Monaco Chine, qui s'efforce de renforcer les liens entre Monaco et la Chine au travers des diverses activités culturelles et éducatives. L'Association Chine Azur est une autre organisation importante qui travaille à promouvoir la compréhension mutuelle entre les cultures chinoise et française. L'Association Étoile d'Azur et l'Association des Chinois de la Côte d'Azur sont également des partenaires clés de l'ICCA. Ces associations s'efforcent de soutenir les membres de la communauté chinoise locale et de promouvoir la culture chinoise auprès d'un public plus large. De plus, l'Association des Étudiants Chinois de la Côte d'Azur joue un rôle essentiel dans le soutien aux étudiants chinois dans la région, en leur fournissant des ressources et des opportunités pour s'intégrer à la communauté locale. Enfin, l'Association Chine Rencontres se concentre sur le développement de relations amicales entre les peuples chinois et français, en organisant divers événements culturels et sociaux. Ces associations, en collaboration avec l'ICCA, contribuent grandement à favoriser la communication interculturelle et à diffuser la culture chinoise au sein de la communauté locale. Elles offrent un espace précieux pour l'échange culturel et le développement de compétences interculturelles.

En ce qui concerne les établissements scolaires, l'ICCA est en relation avec le Lycée Parc Impérial, le Centre International de Valbonne, le Collège Carnot, le Lycée Bonaparte de Toulon, et l'École-Collège Blanche De Castille. Ces collaborations permettent d'introduire la langue et la culture chinoises aux élèves dès le plus jeune âge, favorisant ainsi l'échange interculturel et la compréhension mutuelle. En effet, l'engagement des acteurs locaux dans l'approche de la communication interculturelle de l'ICCA est exemplaire. Les différentes collaborations avec les institutions universitaires, associations, et établissements scolaires favorisent une meilleure compréhension et appréciation de la culture chinoise parmi les communautés locales.

Ces collaborations stratégiques contribuent à l'expansion de l'influence culturelle chinoise et à l'établissement de liens interculturels durables. Cette approche peut certainement servir de modèle pour d'autres IC en France et à travers le monde. En adaptant cette stratégie à leurs contextes locaux respectifs, ils pourraient également contribuer de manière significative à l'amélioration des échanges culturels et linguistiques entre la Chine et les pays qu'ils servent.

De ce fait, ils peuvent organiser des salons professionnels et académiques de haut niveau tout en coopérant activement avec les unités de recherche locales pour former un réseau de recherche international auquel adhèrent des chercheurs chinois et étrangers (Liu, 2012 : 82). Ce réseau leur permettra de devenir progressivement des plates-formes de dialogue de haut niveau sans barrière linguistique, donnant aux chercheurs chinois et étrangers l'occasion de publier les résultats de leurs recherches dans différentes revues chinoises et étrangères. En même temps, ces conférences ouvriront la porte de la Chine aux universitaires étrangers pour qu'ils entendent les voix de la communauté intellectuelle chinoise, allant de la langue, de la culture et de la vie sociale à la pensée et à la politique, tout à la fois globales et dynamiques. C'est la raison pour laquelle, selon nous, les IC devront faire bon usage de l'actuel programme de bourses et des programmes internationaux pour aider les chercheurs du monde entier à mieux comprendre la Chine et la culture chinoise, à faire prospérer la recherche en sinologie et à produire des résultats de recherche de qualité.

9.3.2. La sortie des activités culturelles du campus

Il est important de rendre les activités culturelles accessibles au public en les intégrant dans divers espaces publics. En termes d'âge, les Français qui participent régulièrement aux

activités culturelles sont généralement des retraités, car ils ont plus de temps et d'énergie. Cependant, il y a de plus en plus de jeunes élèves et d'étudiants français, qui sont en fait très intéressés par la Chine moderne et contemporaine, mais n'ont pas de canal approprié pour en savoir plus. Les IC devront donc donner plus d'accès à leurs activités culturelles en les faisant sortir des campus. Ainsi, les IC créeront de nouveaux canaux de communication accessibles à tous les publics et attireront l'attention des médias, ce qui renforcera la communication des IC. Selon Ying Wu (2009 : 145), les IC peuvent participer régulièrement à des activités communautaires locales, caritatives et mutuelles des résidents locaux, et utiliser les médias locaux pour étendre l'influence de la culture chinoise et renforcer le résultat de la communication culturelle.

En outre, s'intégrer dans la communauté pour servir le public local est également important pour localiser les activités culturelles. En effet, lorsqu'un IC est créé et qu'un groupe de visages chinois apparaît dans les environs, le public local jette naturellement des regards curieux. Les IC devront adopter une position proactive pour sortir de la salle de classe et du campus, abaisser consciemment le seuil de contact, et fournir une plate-forme au public local envers la langue et la culture chinoises, d'une manière plus amicale. Les IC doivent donc s'intégrer activement dans la vie quotidienne du public local par des activités diversifiées et ciblées, et prendre l'initiative de résoudre les obstacles et les malentendus. Par exemple, ils peuvent prendre l'initiative d'entrer dans la communauté et de faire des activités communautaires avec eux, célébrer les festivals non seulement chinois, mais aussi leurs festivals, présenter non seulement la culture chinoise, mais aussi connaître la culture locale, ou même inviter les habitants locaux à participer à la conception et à la préparation des activités des IC pour renforcer leur sentiment de participation. Des liens étroits avec la communauté locale seront donc créés grâce à ces interactions quotidiennes, de sorte que les IC puissent véritablement échanger avec le public local et construire les bases du développement de l'amitié entre pays. Le public local sera exposé aux diverses cultures du monde au sein de la communauté et les IC s'intégreront naturellement à la culture locale. Les deux parties deviendront ainsi les co-constructrices d'une communauté internationale. D'ailleurs, comme indiqué dans le tableau ci-dessous, trois participants parmi douze dans le cadre de nos entretiens ont mentionné que les IC doivent organiser des activités culturelles en dehors du campus ou de leurs locaux. L'analyse qualitative des réponses indique que certains participants voient un avantage à ce que les IC organisent leurs activités culturelles en dehors

de leurs locaux ou du campus universitaire. Par exemple, un participant de l'ICCA a suggéré que les IC pourraient organiser des activités culturelles en dehors de leurs locaux pour permettre à un plus grand nombre de personnes de découvrir la culture chinoise. De même, un participant de l'ICUPC a proposé que les IC pourraient organiser des événements en extérieur, pas uniquement dans les locaux de l'université. Un autre participant de l'ICUPC a souligné l'importance de la communication et a suggéré que les IC pourraient intervenir dans d'autres endroits en dehors du campus pour attirer davantage de personnes vers l'institut.

9. Avez-vous des suggestions spécifiques pour améliorer les activités culturelles proposées par les Instituts Confucius ?	
Entretien ICCA	1 Il serait pas mal de proposer des activités culturelles en dehors de l'ICCA afin de permettre à un plus grand nombre de personnes de découvrir la culture chinoise.
Entretien ICUPC	10 Je n'ai pas vraiment de suggestion. Peut-être pourrait-il organiser des événements en extérieur, pas uniquement dans les locaux de l'université.
Entretien ICUPC	12 Je pense que la communication est un élément clé qui manque souvent lors de ce type d'événements. Les personnes extérieures à l'université ne sont pas suffisamment informées de ce qui se passe au sein de l'ICUPC, à moins d'être passionnées par la Chine. Il serait dommage de ne pas trouver un moyen de développer cette communication pour attirer davantage de personnes vers l'institut. Je pense que ce serait pas mal d'intervenir dans plein d'autres endroits en dehors du campus. Pour le contenu, personnellement, j'aime tout, mais dans un cours, j'apprécie également l'ajout de culture ou d'histoire de la Chine pour mieux comprendre comment elle en est arrivée à sa situation actuelle. C'est un point important à considérer. Quant à la forme d'activité, je préfère tout ce qui est lié à la musique.

Tableau 9.5 : Les trois réponses préconisant une extension des activités culturelles des Instituts Confucius hors de leurs locaux (Créé par Xue HAN le 19 septembre 2023)

Ces réponses suggèrent que l'organisation d'activités culturelles en dehors des locaux des IC pourrait non seulement attirer un public plus large, mais aussi améliorer la visibilité et la perception des IC parmi le public général. Cela pourrait également aider à dissiper certaines des préoccupations et des malentendus concernant les activités et les intentions des IC.

9.3.3. La mise en avant d'un mode hybride

L'évolution technologique a eu un impact significatif sur la manière dont les IC communiquent la culture chinoise. Les technologies numériques, comme Internet, les réseaux sociaux et les plates-formes de conférence, ont transformé la façon dont les IC partagent la culture. Ce changement présente plus d'avantages que d'inconvénients, et a donné naissance à de nouvelles formes de participation culturelle pour les Français. Par exemple, deux

participantes retraitées, bien qu'elles résident dans des villes éloignées, ont eu l'opportunité de participer aux activités en ligne des IC (Entretien 1 ICCA, Entretien 6 ICA). Elles étaient ravies d'avoir accès à ces ressources, même si parfois elles avaient besoin d'aide technologique pour se connecter sur Zoom. Selon Ping Cui et Mai Yu (2015), il faut maintenant profiter pleinement des avantages de l'ère du réseau pour élargir l'influence et le public des activités culturelles (Cui, Yu, 2019 : 111).

La crise sanitaire de la pandémie de Covid-19 n'a pas eu autant de mauvaises influences sur les IC. Au contraire, les IC y ont trouvé l'opportunité de transformer leurs pratiques dans l'organisation des activités culturelles. En effet, face à cette crise sanitaire qui a touché tous les acteurs culturels, les IC ont maintenu toutes leurs deux activités principales, mais en ligne. Cette continuité est due à l'opportunité offerte aux IC par le développement des technologies numériques pour créer « l'IC sur Internet¹⁴² », qui « transcende les barrières de l'espace et du temps pour élargir la diversité des espaces de communication culturelle et promouvoir la durabilité du développement de la culture chinoise traditionnelle » (Pramesini, 2018 : 100). C'est la raison pour laquelle tous les IC ont réussi à transformer leurs activités en présentiel à en cours à distance d'une manière efficace face aux défis de la situation sanitaire. Par ailleurs, il y a eu une augmentation du nombre des participants aux activités. Trois facteurs principaux ont contribué à cette augmentation : les non limites de temps et d'espace, la facilité d'accès et une meilleure communication. En outre, cela a permis de mieux préserver le patrimoine culturel (Viallon, Gardère, Dolbeau-Bandin, 2021).

En effet, l'analyse qualitative des entretiens montre que les participants apprécient la possibilité de participer aux activités culturelles des IC en ligne, notamment en raison de la situation sanitaire liée à la pandémie de Covid-19, mais aussi pour des raisons de commodité et d'accessibilité. En effet, certains participants habitent loin des locaux des IC ou ont des contraintes horaires qui les empêchent de se déplacer. Ainsi, le mode en ligne leur permet de suivre les activités culturelles à distance, sans avoir à se soucier du temps de trajet ou du stationnement. Par exemple, dans l'entretien 6 avec une participante retraitée de l'ICA, il est mentionné que le participant réside dans un petit village éloigné de Nice et qu'il préfère participer aux activités en ligne, surtout si elles ont lieu en soirée.

¹⁴² L'Institut Confucius [en ligne]. Chinese Plus, consulté le 02 avril 2021. Disponible sur : <https://www.chineseplus.net/>.

À l'ère post-Covid, si la communication des IC « d'avant » de la culture chinoise s'appuyait davantage sur le mode en présentiel, celle « d'après » utilise le mode hybride : en présentiel et en ligne. Internet, nouvelle plate-forme où se déroulent des activités culturelles vient compléter le réseau de la communication des IC de sorte que leur communication « d'après » serait plus efficace que celle « d'avant ».

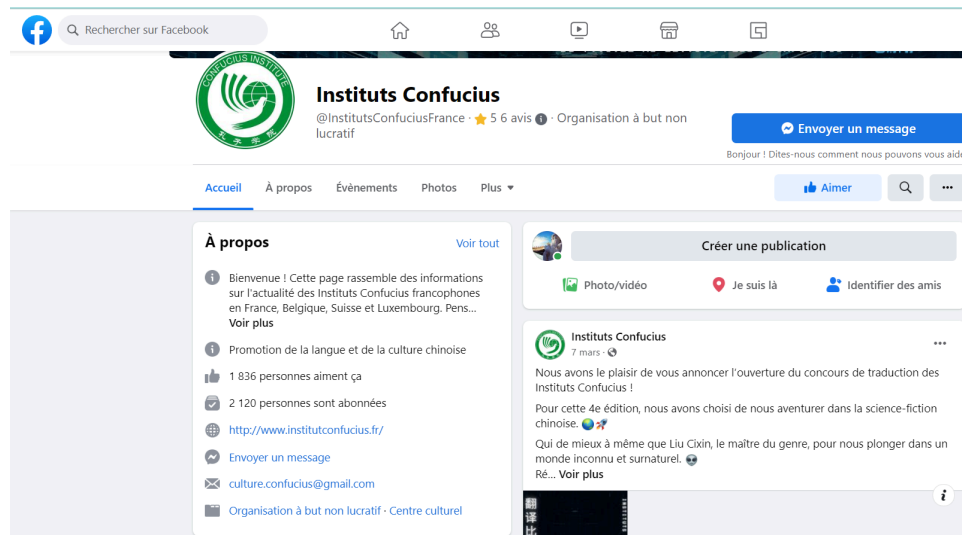


Figure 9.3 : La capture d'écran de la page Facebook du réseau des Instituts Confucius en France (Créée le 5 juin 2022 par Xue HAN)

Enfin, il faudrait mettre en avant les réseaux sociaux pour la communication interculturelle. À l'ère d'Internet, notamment sous l'influence de l'épidémie de la pandémie de Covid-19, la communication en ligne qui a l'avantage de dépasser les restrictions de temps et d'espace est devenue plus importante. Le libre accès des personnes de tous les pays à tout moment et en tout lieu fait d'Internet une plate-forme globale d'échanges linguistiques et culturels. Si la communication des informations sur les pages web officielles des sites des IC ont constitué la première étape de la communication en ligne, l'utilisation répandue des réseaux sociaux, tels que Facebook, Twitter, Instagram... en constitue la nouvelle étape du développement, tout comme la figure ci-dessus qui montre. À ce stade, les informations utiles seront diffusées rapidement, tandis que les informations sans valeur seront filtrées par les gens ou ne seront diffusées que dans une faible mesure.

Institut Confucius Clermont-Ferrand Auvergne École de langues	
Institut Confucius de Montpellier Centre culturel	
Institut Confucius Côte d'Azur Formation	
Institut Confucius de Pau Pyrénées Organisation à but non lucratif	
Institut Confucius de La Rochelle Enseignement supérieur	
Institut Confucius des Pays de la Loire École de langues	
Institut Confucius de l'Université Paris Cité École	
Institut Confucius d'Alsace Organisation à but non lucratif	

Figure 9.4 : Les huit Instituts Confucius ayant un compte Facebook individuel
(Créée par Xue HAN le 19 septembre 2023)

La Chine est devenue un sujet populaire sur les réseaux internationaux. En conséquence, le nombre de contenus de discussion liés à la Chine augmente : il y a beaucoup de commentaires positifs mais aussi beaucoup d'opinions négatives... qui ne sont pas exemptes de beaucoup de préjugés ou de stéréotypes et de fausses informations sur la Chine. D'autant plus que le modèle de recommandation d'informations des réseaux sociaux peut renforcer le biais dans la perception de l'image de la Chine (Yang, Li, 2019 : 160). C'est pourquoi les IC devront faire bon usage des médias sociaux pour produire et diffuser activement des produits culturels chinois populaires et de qualité. Par exemple, la vie idyllique chinoise de Ziqi Li est esthétique et c'est pour cela que ses vidéos sont très populaires parmi les publics étrangers. Et en termes de communication de la culture chinoise, Ziqi Li fait mieux que les IC. Par exemple, Le journal *People's Daily*, porte-parole du Parti communiste, a décerné à Ziqi Li le prix du choix du peuple et les médias ont félicité : « Sans faire l'éloge de la Chine, Ziqi Li promeut la culture chinoise d'une très bonne manière et raconte une bonne histoire de la Chine¹⁴³ ». Il y a là une expérience à apprendre pour les IC qui devraient prendre l'initiative

¹⁴³ Chaca K. *Li Ziqi's ethereal video-blogging* [en ligne]. Publié le 05 janvier 2020, consulté le 28 mars 2021. Disponible sur : <https://medium.com/@chacakhan/li-ziqi-dc265e3b2364>.

d'améliorer l'attractivité et l'adaptabilité des contenus de communication, stimuler la vitesse et la portée de la communication avec des contenus de communication de qualité, dissiper les préjugés culturels et offrir la possibilité de promouvoir une fertilisation croisée de différentes cultures.

D'ailleurs, les publics étrangers aimeraient voir non seulement la Chine traditionnelle du passé, mais aussi la Chine moderne. Une interviewée confirme bien ce point en disant qu'elle veut bien connaître la Chine d'aujourd'hui parce que finalement elle n'en voit que ce que peut en dire la télévision. Pour elle, ce n'est pas grand chose et elle préfère entendre de la bouche des Chinoises et des Chinois (Entretien 1 ICCA). En tant que civilisation la plus ancienne du monde, la civilisation chinoise présente certaines caractéristiques d'un bien public. L'excellente culture traditionnelle de la Chine a toujours été le principal contenu de la communication des IC. Pour de nombreux étrangers qui ne sont jamais allés en Chine, il n'y a pas beaucoup d'occasions d'entrer en contact avec la culture chinoise. Les IC leur servent donc de fenêtres pour comprendre la Chine. Les Chinois vivant dans le présent ignorent souvent la culture chinoise moderne parce qu'ils n'en ont pas conscience. La Chine moderne possède un produit culturel riche et unique. La vie chinoise se reflète de manière vivante dans tous les aspects des séries télévisées, des émissions, des films, de la nourriture, de la musique populaire, de la danse, des jeux, des voyages, des courtes vidéos... Le paiement par mobile, les vélos en libre-service, le train à grande vitesse et le commerce en ligne sont encore plus caractéristiques de la vie chinoise. Par rapport aux activités culturelles et aux conférences culturelles souvent stéréotypées, ces produits culturels sont plus proches de la réalité de la Chine.

Toutefois, le mode en ligne présente également des limites et des inconvénients. Certains participants regrettent le manque d'interaction et de convivialité qu'offre le mode en présentiel. Ils soulignent l'importance du contact humain et du partage d'expériences lors des activités culturelles. Ils expriment également le souhait de pouvoir se rendre en Chine ou d'accueillir des intervenants chinois pour découvrir la culture chinoise de manière plus authentique et immersive. Par exemple, dans l'entretien 5 avec un participant de l'ICCA, il est exprimé que la participante aime les activités en présentiel car elles permettent d'échanger avec les autres participants et les intervenants. Il est également évoqué que la participante aimerait aller en Chine pour voir la réalité sur place. De même, dans l'entretien 9 avec un

participant de l'ICA, il est dit que le participant préfère les ateliers qui encouragent la participation des participants, peu importe le sujet abordé.

Ainsi, il semble que les participants apprécient la flexibilité et la praticité du mode en ligne, mais qu'ils ne souhaitent pas renoncer au mode en présentiel qui offre une expérience plus riche et plus vivante. Il serait donc judicieux que les IC adoptent un mode hybride qui combine les avantages des deux modes et qui s'adapte aux besoins et aux préférences des participants. Ce mode hybride pourrait consister à proposer certaines activités en ligne et d'autres en présentiel, ou à offrir la possibilité de choisir entre les deux modes selon la disponibilité et l'intérêt des participants. Ce mode hybride pourrait également permettre de diversifier les contenus et les formes des activités culturelles, en intégrant par exemple des visioconférences avec des intervenants chinois, des ateliers interactifs ou des sorties culturelles.

Conclusion du chapitre 9

Il convient de noter ici que le contexte actuel des nouveaux médias, la nouvelle diplomatie publique, dont la diplomatie publique numérique est le principal moyen de mise en œuvre, est devenue un pont entre le gouvernement chinois et le grand public. Si elle est correctement appliquée, elle peut avoir un effet positif sur l'augmentation de la communication, l'élimination des malentendus et l'amélioration de l'image et de l'influence de la Chine ; au contraire, elle peut provoquer l'hostilité du public et approfondir les malentendus, ce qui nuit à l'image de la Chine et réduit son influence. Les IC devraient continuer à renforcer la formation du personnel, innover le contenu et les méthodes de communication, approfondir la coopération et améliorer leur propre attractivité. Il est également important d'inviter davantage d'acteurs locaux à participer à la construction conjointe des IC et de promouvoir la localisation des activités culturelles.

Ce chapitre sur la « relocalisation » des activités culturelles des IC aborde trois aspects essentiels : la localisation institutionnelle, socioculturelle et géographique. La localisation institutionnelle permet aux IC de clarifier les objectifs et les orientations, de renforcer les communications internes et externes, et de recruter des employés locaux, afin de mieux ancrer les activités culturelles dans leur contexte et de favoriser la coopération entre les acteurs locaux et internationaux. La localisation socioculturelle, quant à elle, englobe la création des

biens publics mondiaux de valeurs universelles, la liberté académique et l'engagement des acteurs locaux. Ce volet permet aux IC de favoriser la communication et la préservation de la diversité culturelle, tout en respectant les principes de l'éducation et de la recherche. Enfin, la localisation géographique est un aspect important pour assurer une meilleure répartition des activités culturelles des IC et favoriser leur accessibilité. Le développement de divers partenariats, la sortie des activités culturelles du campus et la mise en avant d'un mode hybride permettent de créer des espaces culturels innovants et inclusifs, qui contribuent au rayonnement et à la vitalité des territoires¹⁴⁴.

Ainsi, en prenant en compte ces trois dimensions, la localisation des activités culturelles des IC permet-elle de favoriser l'échange, la coopération et la valorisation des cultures, tout en renforçant les liens entre les acteurs locaux et internationaux.

¹⁴⁴ Vivre en ville. *Localisation des activités*. Collectivités Viables.org. Publié le 02 décembre 2013 [consulté le 09 mai 2023]. Disponible sur : <https://collectivitesviables.org/articles/localisation-des-activites.aspx>.



CONCLUSION GÉNÉRALE



Cette thèse a exploré la communication et la valorisation du patrimoine culturel chinois en France au travers du prisme des IC, ces établissements qui jouent un rôle significatif dans le paysage culturel français, en contribuant activement à la promotion et à la valorisation de la culture chinoise. L'analyse réalisée, à la croisée des sciences de la communication et des études interculturelles, a permis de mettre en lumière les dynamiques complexes qui régissent les relations entre ces institutions et le public français.

Il est important de souligner que cette thèse présente certaines limites, en particulier en ce qui concerne l'utilisation des théories. Notre attention s'est principalement portée sur la théorie de la communication interculturelle et la théorie de la localisation. Cependant, d'autres dimensions telles que la communication de crise, la communication organisationnelle ou encore la communication événementielle (Meyer, Smati, 2016 : 9) n'ont pas été explorées. Il existe de nombreuses autres théories pertinentes qui pourraient aider les IC à améliorer leurs actions de communication. Par exemple, la théorie de l'acceptabilité des IC en France pourrait fournir des perspectives précieuses sur la manière dont les IC sont perçus et acceptés par le public français. Cette théorie pourrait aider à identifier les facteurs clés qui influencent l'acceptabilité des IC et à développer des stratégies pour améliorer leur image et leur efficacité. De plus, l'application de la théorie de la communication événementielle pourrait aider à comprendre comment les IC peuvent utiliser des événements pour promouvoir la culture chinoise et renforcer les relations interculturelles. La théorie de la communication organisationnelle pourrait également offrir des insights sur la manière dont les IC peuvent améliorer leur communication interne et externe pour atteindre leurs objectifs. Bien que notre thèse ait apporté des contributions significatives à la compréhension de la communication interculturelle dans le contexte des IC, il reste encore beaucoup à explorer et à comprendre dans ce domaine complexe et multidimensionnel.

Nous avons montré que les IC en France ont su développer une variété d'activités culturelles qui servent de pont entre les cultures chinoise et française, créant ainsi un espace dynamique d'échanges et de découverte. Ces activités, qui valorisent tant la richesse de la tradition que les enjeux contemporains de la culture chinoise, invitent à une exploration profonde et nuancée, et facilitent la compréhension mutuelle. Nous avons également révélé que la démarche stratégique des IC se révèle être d'une complexité notable, naviguant entre la préservation d'un héritage culturel et son actualisation dans un contexte mondialisé. Cette thèse a mis en évidence que, bien qu'effectives, les actions menées souffrent d'un certain

niveau d'insuffisance dans leur localisation, suggérant ainsi une marge d'amélioration substantielle dans la conception des stratégies communicationnelles.

La thèse a initialement postulé que malgré l'excellence de la culture chinoise et leur efficacité dans la communication de la culture chinoise en France, les IC sont confrontés à des défis découlant du manque de localisation dans leurs stratégies de communication. Les résultats de cette recherche confirment cette hypothèse : les défis actuels des IC sont le résultat d'un manque de localisation. En effet, bien que les IC aient déjà accompli beaucoup dans la promotion de la culture chinoise en France en localisant leurs activités, il reste un potentiel considérable à exploiter tout en renforçant leur localisation.

Pour ce faire, il est essentiel d'affiner davantage leurs stratégies de relocalisation pour maximiser leur impact. D'une part, elle indique que ces instituts ont déjà une influence notable sur la perception et la compréhension de la culture chinoise par le public français. Les IC ont réussi à créer un espace dynamique pour l'échange culturel et ont contribué à une meilleure compréhension de la culture chinoise en France. Ils ont mis en place une variété d'activités culturelles, allant des cours de langue à des événements culturels tels que des expositions d'art, des ateliers de calligraphie et des démonstrations de cuisine, qui ont permis aux Français d'explorer et d'apprécier la richesse et la diversité de la culture chinoise. D'autre part, il est à noter que le niveau de localisation des activités culturelles des IC n'est pas encore optimal. Pour maximiser leur impact et favoriser une compréhension plus profonde de la culture chinoise parmi les Français, il est essentiel que les IC intensifient leurs efforts d'adaptation et de localisation des activités proposées. Cela implique une adaptation continue de leurs programmes et activités en fonction des spécificités du contexte français et des besoins du public local. Nous avons fourni des pistes d'amélioration pour aider les IC à relocaliser leurs actions de communication. Ces pistes comprennent les relocalisations institutionnelle, socioculturelle et géographique. Par exemple, la relocalisation institutionnelle pourrait impliquer un recrutement des employés locaux pour mieux concevoir et adapter les activités des IC au paysage culturel français. La relocalisation socioculturelle pourrait nécessiter une prise en compte des valeurs et des attentes du public français pour construire des biens communs à partager. Enfin, la relocalisation géographique pourrait signifier une diversification des lieux d'organisation des événements ou d'activités pour les rendre plus accessibles et familiers au public local.

La présente thèse constitue-t-elle une contribution significative à l'analyse des enjeux et des opportunités inhérents aux IC dans un contexte interculturel. Les résultats de cette recherche revêtent une importance sur les plans culturel, politique et académique. D'un point de vue culturel, les conclusions de cette étude permettront aux responsables des activités culturelles des IC en France d'optimiser l'efficacité de leur communication au travers de leurs manifestations culturelles. Ces conclusions revêtent également une valeur de référence pour les IC situés dans d'autres pays. En tenant compte des spécificités culturelles et des attentes des publics locaux, les IC seront en mesure d'ajuster leurs actions et d'améliorer leur impact dans la promotion de la culture chinoise en France. Sur le plan politique, les résultats de cette thèse peuvent éclairer les praticiens et les décideurs politiques quant aux meilleures pratiques pour favoriser la culture chinoise et consolider les relations interculturelles entre la Chine et les pays d'accueil. D'un point de vue académique, les conclusions de cette recherche pourront servir de base à de futures études portant sur les IC et les stratégies de communication interculturelle. Ainsi, cette thèse contribue-t-elle non seulement à une meilleure compréhension académique des IC et de la communication interculturelle, mais elle propose également des recommandations concrètes pour améliorer les pratiques et les politiques culturelles en matière de communication de la culture chinoise et de renforcement des relations interculturelles entre la Chine et la France.

En conclusion, cette thèse apporte une contribution précieuse à la compréhension des dynamiques interculturelles à l'œuvre dans le cadre des activités des IC en France. Elle souligne l'importance de continuer à affiner les stratégies de communication et à relocaliser les activités culturelles, en tenant compte des spécificités du public français pour promouvoir une approche plus inclusive et enrichissante de la culture chinoise.

Dans une perspective future, il sera intéressant de voir comment les IC en France pourront innover pour rester des acteurs pertinents et dynamiques dans la communication de la culture chinoise en France, tout en facilitant la construction d'un monde harmonieux, partageant un destin commun pour l'humanité. La route est encore longue, mais les IC, avec leur double mission éducative et culturelle, se présentent comme des vecteurs prometteurs pour bâtir des ponts entre les cultures, favorisant ainsi un dialogue interculturel profond et respectueux, au service d'une coopération sino-française renouvelée et harmonieuse.

Table des abréviations

Abréviation	Dénomination
CIEF	Chinese International Education Foundation
CIV	Centre International de Valbonne
EACS	European AIDS Clinical Society
EMTC	École de médecine traditionnelle chinoise
HSK	Test d'évaluation de chinois
IC	Institut Confucius
ICA	Institut Confucius d'Alsace
ICCA	Institut Confucius Côte d'Azur
ICUPC	Institut Confucius de l'Université de Paris Cité
IMA	Institut du Monde Arabe
INSEE	Institut national de la statistique et des études économiques
ONG	Organisation non gouvernementale
PCC	Parti communiste chinois
PCI	Patrimoine culturel immatériel
TAP	Temps d'Activités Périscolaires gratuits

Table des figures

Figure 0.1 : L'illustration de la méthodologie de recherche intégrée employée
Figure 1.1 : L'implantation mondiale des Instituts Confucius
Figure 1.2 : Les deux contributions des Instituts Confucius
Figure 1.3 : La promotion du <i>soft power</i> chinois à l'étranger
Figure 1.4 : La revue de littérature sur les Instituts Confucius en Chine et à l'étranger
Figure 1.5 : Les deux catégories des recherches en Chine sur la communication des Instituts Confucius
Figure 1.6 : Le rapport annuel des recherches sur les Instituts Confucius de 2017 à 2020
Figure 1.7 : Le schéma de l'approche empirique de la thèse
Figure 2.1 : Le double objectif du <i>soft power</i> culturel et les moyens de sa construction à l'étranger
Figure 2.2 : L'indice du <i>soft power</i> chinois de 2017 à 2019
Figure 3.1 : L'implantation des Instituts Confucius en France
Figure 3.2 : L'emplacement des 15 Instituts Confucius en France
Figure 3.3 : L'emplacement des deux Instituts Confucius dans les outre-mer
Figure 3.4 : Les trois rois niveaux des objectifs des Instituts Confucius
Figure 4.1 : L'indice du <i>soft power</i> étatique 2019
Figure 4.2 : La série de trois livres en théorie chinoise de la communication
Figure 5.1 : Présentation du repas gastronomique des Français sur le site de l'UNESCO
Figure 7.1 : La dégustation du thé chinois par les élèves à l'institution Saint Joseph Carnolès
Figure 7.2 : Partie complémentaire de l'exposition des oeuvres des élèves à l'institution Saint Joseph Carnolès
Figure 7.3 : L'atelier calligraphie au CIV
Figure 7.4 : Démonstration de l'instrument <i>Guqin</i> au Lycée du Parc Impérial
Figure 7.5 : La projection des vidéos à l'institution Saint Joseph Carnolès
Figure 7.6 : La remise des prix au Lycée du Parc Impérial
Figure 7.7 : La remise des prix au CIV
Figure 7.8 : La remise des prix au collège Carnot à Grasse
Figure 9.1 : Les employés locaux
Figure 9.2 : Les quatre formations recommandées pour les Instituts Confucius dans leur formation continue des employés
Figure 9.3 : La capture d'écran de la page Facebook du réseau des Instituts Confucius en

France

Figure 9.4 : Les huit Instituts Confucius ayant un compte Facebook individuel

Table des tableaux

Tableau 0.1 : La note d'analyse pour l'entretien 1
Tableau 1.1 : Les informations sur les institutions linguistiques et culturelles
Tableau 3.1 : Les informations sur les Instituts Confucius en France
Tableau 6.1 : Les institutions culturelles françaises les plus importantes
Tableau 7.1 : Les conférences organisées par l'ICCA
Tableau 7.2 : Les fêtes traditionnelles chinoises organisées par l'ICCA
Tableau 7.3 : La semaine de la gastronomie chinoise organisée par l'ICCA
Tableau 7.4 : Les expositions et les vernissages organisés par l'ICCA
Tableau 7.5 : L'évènement « Nice Baie des Lumières »
Tableau 7.6 : Le spectacle et le concert organisés par l'ICCA
Tableau 7.7 : Les journées de la culture chinoise organisées par l'ICCA
Tableau 7.8 : Les activités valorisant la culture contemporaine organisées par l'ICCA
Tableau 7.9 : La rencontre avec Zhang Yueran organisée par l'ICUPC
Tableau 7.10 : La cérémonie d'ouverture de la semaine académique de l'université de Wuhan à l'ICUPC
Tableau 7.11 : La projection du film « The marketing of steel » organisée par l'ICUPC
Tableau 7.12 : L'atelier de calligraphie pour enfants organisé par l'ICUPC
Tableau 7.13 : L'exposition virtuelle sur la gastronomie chinoise organisée par l'ICUPC
Tableau 7.14 : La liste des activités organisées par l'ICA de juillet 2022 à septembre 2023
Tableau 9.1 : Les recommandations des trois participants pour améliorer la communication
Tableau 9.2 : Les dix-sept articles de presse français sur les Instituts Confucius de 2008 à 2023
Tableau 9.3 : Les huit réponses des participant à la question concernant les allégations des médias français
Tableau 9.4 : La liste des partenaires de l'ICCA
Tableau 9.5 : Les trois réponses préconisant une extension des activités culturelles des Instituts Confucius hors de leurs locaux

Table des expressions chinoises

Expression	Dénomination
Duanwu	Fête des Bateaux-Dragons, une célébration traditionnelle chinoise
Erhu	Un instrument de musique traditionnel chinois à deux cordes, joué avec un archet
Fengshui	Une pratique chinoise visant à harmoniser les énergies environnementales
Guqin	Un instrument de musique traditionnel chinois à sept cordes, souvent associé à la littérature et à la philosophie, et reconnu pour son son doux et méditatif
Guzheng	Un instrument de musique à cordes pincées traditionnel chinois de la famille des cithares sur table
Han	Ethnie majoritaire
Hanban	Ancien siège des IC
Hanfu	Vêtements traditionnels portés par les Han pendant des siècles
Huaiyang	Une des quatre grandes traditions de la cuisine chinoise
Kunqu	Un style ancien de l'opéra chinois
Ni hao	Une salutation courante en Chine, équivalente à « bonjour » ou « salut »
Pipa	Un instrument de musique traditionnel chinois à cordes pincées, appartenant à la famille du luth, connu pour sa forme de poire aplatie et son son distinctif
Qigong	Un ensemble de pratiques chinoises combinant mouvement, méditation et régulation de la respiration
Qingming	Fête traditionnelle des morts
Qixi	Saint valentin chinois qui se déroule le septième jour du septième mois selon le calendrier lunaire
Quyuan	Une forme traditionnelle d'art du spectacle
Taiji	Un art martial chinois
Tie guanyin	Un thé chinois de type oolong cultivé, à l'origine, dans la province du Fujian en Chine
Yangsheng	Une philosophie et pratique de maintien de la santé en médecine traditionnelle chinoise

Yin Yang	Concepts centraux de la philosophie chinoise, représentant les forces opposées et complémentaires
文化自信	Confiance culturelle
走出去	Go global
人类命运共同体	Une communauté d'un destin commun pour l'humanité
名不正则言不顺, 言不顺则事不成	Si le nom n'est pas correct, alors les mots ne seront pas appropriés ; si les mots ne sont pas appropriés, alors les actions ne réussiront pas
祸之福之所倚	Le malheur peut être le fondement du bonheur
应运而生, 抓住了“时”	La naissance selon le temps
应境而改, 抓住了“位”	La réforme selon le contexte
转祸为福	Transformation des épreuves en opportunités

Table des matières

Sommaire	5
INTRODUCTION GÉNÉRALE	7
L'attractivité de la culture chinoise	8
Le contexte de la recherche	10
Le problème de la communication des Instituts Confucius	10
Le cadre théorique	13
La démarche méthodologique et le terrain de la recherche	15
Les études de cas	18
Le recueil des données	19
De l'analyse des données pour trouver des thèmes centraux	23
Les problèmes de validité, de faisabilité, d'éthique	24
Plan de la thèse	25
PARTIE 1 : LA NAISSANCE ET L'ÉVOLUTION DES INSTITUTS CONFUCIUS	28
CHAPITRE 1 : LA NAISSANCE ET LES IMPACTS DES INSTITUTS CONFUCIUS	29
Introduction du chapitre 1	29
1.1. La naissance d'une institution linguistique et culturelle : un modèle Français et une double demande	30
1.1.1. La volonté chinoise de rayonnement culturel	31
1.1.2. Les attentes du public international	32
1.1.3. L'Alliance française comme modèle	32
1.2. L'expansion globale et l'influence culturelle	34
1.2.1. Les stratégies organisationnelles	35
1.2.2. L'augmentation de la confiance culturelle des Chinois	37
1.2.3. Vers une communauté d'un destin commun pour l'humanité	40
1.3. Un vieil objet de recherche qui demande de nouvelles perspectives	42
1.3.1. L'historiographie des recherches sur les Instituts Confucius	42
1.3.2. Les Instituts Confucius dans le cadre de la communication interculturelle	44
1.3.3. L'étude de la communication interculturelle au travers des activités culturelles des Instituts Confucius par la nationalisation	46
Conclusion du chapitre 1	48
CHAPITRE 2 : LES DILEMMES ET LES ENJEUX	49
Introduction du chapitre 2	50
2.1. Les Instituts Confucius comme vecteurs du soft power chinois	51
2.1.1. Le soft power à la chinoise : un soft power culturel	51
a. La réinterprétation du soft power de Joseph Nye	53
b. Les caractéristiques du soft power culturel	55
c. Le soft power culturel : une réactualisation d'un ancien concept chinois	59
2.1.2. L'évolution de la diplomatie et ses répercussions sur les Instituts Confucius	60
a. De la diplomatie traditionnelle à la diplomatie publique	60
b. Vers une diplomatie numérique	62

c. Les impacts sur les objectifs stratégiques des Instituts Confucius	63
2.2. Les défis et les controverses	64
2.2.1. Les Instituts Confucius : entre controverses politiques et défis culturels	65
2.2.2. Les solutions et les adaptations face aux défis	66
2.2.3. Les défis des Instituts Confucius en France	67
Conclusion du chapitre 2	69
CHAPITRE 3 : LA DYNAMIQUE CULTURELLE ET COMMUNICATIONNELLE DES INSTITUTS CONFUCIUS EN FRANCE	70
Introduction du chapitre 3	71
3.1. Une histoire de la culture chinoise en France	72
3.1.1. Un échange sino-français séculaire	72
a. Les premiers contacts et la Route de la soie (XIIIe-XVIIIe siècles)	73
b. L'évolution des échanges culturels (XIXe siècles)	73
c. La normalisation des relations et le partenariat stratégique (XXe-XXIe siècles)	74
3.1.2. Des événements culturels contemporains	76
3.1.3. Un nouvel essor de la culture chinoise en France : entre opportunités et risques	77
3.2. Les Instituts Confucius en France	80
3.2.1. La cartographie des Instituts Confucius en France	81
a. Les dix-sept Instituts Confucius en France	81
b. Les caractéristiques de leur implantation	84
c. Les trois Instituts Confucius choisis comme études de cas	88
3.2.2. Les objectifs et les missions	89
a. Une coexistence culturelle à la chinoise	89
b. Les niveaux hiérarchiques d'objectifs	90
c. L'objectif ultime : vers une harmonie globale	92
3.2.3. Le fonctionnement	93
a. L'Institut Confucius à Nice	94
b. L'Institut Confucius à Strasbourg	94
c. L'Institut Confucius à Paris	95
Conclusion du chapitre 3	95
PARTIE 2 : UNE COMMUNICATION INTERCULTURELLE SPÉCIFIQUE	96
CHAPITRE 4 : LA COMMUNICATION INTERCULTURELLE	97
Introduction du chapitre 4	98
4.1. Les paradigmes de la communication interculturelle : un dialogue avec les théories classiques	98
4.1.1. La communication interculturelle comparative	99
4.1.2. L'interactionnisme en communication interculturelle	100
4.1.3. La compétence interculturelle	101
4.2. L'interculturalité et la localisation	102
4.2.1. Le concept de « l'interculturalité »	103

4.2.2. Le contexte de la « communication interculturelle » en France	104
4.2.3. La « localisation » : entre « l'indigénisation » et la « territorialisation »	104
4.3. La contribution chinoise à la théorie de la communication	108
4.3.1. Les pensées chinoises anciennes et les études de la communication	109
4.3.2. Les études chinoises de la communication interculturelle	111
4.3.3. L'élaboration d'une théorie chinoise en communication interculturelle : un dialogue avec les théories occidentales	112
a. Le sujet de communication	113
b. L'objet de communication	114
c. Le contenu de communication	115
d. Les moyens de communication	117
e. Les conditions de la communication	118
Conclusion du chapitre 4	118
CHAPITRE 5 : L'EXCEPTIONNALITÉ DE LA CULTURE CHINOISE	120
Introduction du chapitre 5	121
5.1. La multiplicité de la culture chinoise	122
5.1.1. Les diverses facettes de la culture chinoise	122
a. Du confucianisme au taoïsme et au bouddhisme : un panorama	123
b. De la tradition à la modernité : une évolution culturelle	124
c. De la culture Han aux cultures minoritaires : un mélange	126
5.1.2. La signification des cultures chinoises	127
5.1.3. La coexistence des cultures	130
5.2. Le concept de patrimoine	133
5.2.1. Du « patrimoine » au patrimoine culturel immatériel	133
5.2.2. Les différentes catégories du patrimoine culturel	135
5.2.3. La culture et le patrimoine : une intersection conceptuelle	137
5.3. Les divers aspects du patrimoine chinois	137
5.3.1. Le patrimoine matériel chinois	138
5.3.2. Le patrimoine culturel chinois	138
5.3.3. Le patrimoine culturel immatériel chinois	139
a. Les traditions orales et expressions	139
b. Les arts du spectacle	140
c. Les pratiques sociales, rituels et événements festifs	141
d. Les connaissances et pratiques concernant la nature et l'univers	142
e. Les savoir-faire liés à l'artisanat traditionnel	143
Conclusion du chapitre 5	144
CHAPITRE 6 : LA FRANCE, UN PIONNIER DANS LA VALORISATION DU PATRIMOINE	145
Introduction du chapitre 6	146
6.1. Un pays d'accueil culturellement riche	146
6.1.1. La valorisation de la culture française	146
6.1.2. Les institutions culturelles françaises	148

6.1.3. Les institutions culturelles étrangères en France	149
6.2. L'ouverture d'esprit du peuple français	151
6.2.1. La participation des Français aux activités culturelles locales	151
6.2.2. L'engagement des citoyens français dans les activités culturelles internationales	153
6.2.3. L'adoption des activités culturelles chinoises par les Français	154
Conclusion du chapitre 6	155
PARTIE 3 : LA PERCEPTION DE LA CULTURE CHINOISE PAR DES FRANÇAIS	156
CHAPITRE 7 : LA COMMUNICATION DES INSTITUTS CONFUCIUS EN FRANCE	157
Introduction du chapitre 7	158
7.1. Les activités culturelles de l'Institut Confucius Côte d'Azur	159
7.1.1. Des conférences académiques aux activités destinées aux enfants	160
7.1.2. De la culture Han à la culture d'ethnie minoritaire	163
7.1.3. Des concerts aux journées d'études	166
7.2. Les activités culturelles de l'Institut Confucius de l'université Paris Cité et l'Institut Confucius d'Alsace	174
7.2.1. L'ICUPC : de la promotion de la culture chinoise à la construction du parcours d'éducation artistique et culturelle des élèves	175
7.2.2. L'ICUPC : des domaines variés aux formats adaptés aux besoins des publics	177
7.2.3 L'ICA : de la tradition à la modernité	178
7.3. Le processus de la communication interculturelle des Instituts Confucius	181
7.3.1. Le processus de l'interculturalisation	182
7.3.2. Une expérience culturelle inédite	183
7.3.3. Le conflit culturel	184
Conclusion du chapitre 7	186
CHAPITRE 8 : UN NOUVEAU STATUT DE COMMUNICATION	187
Introduction du chapitre 8	188
8.1 : La perception française des activités culturelles	189
8.1.1. : Les types d'activités préférées	190
8.1.2. Les motivations de la participation	191
8.1.3. Le changement	193
a. L'impact sur l'intérêt pour la culture chinoise	193
b. Le changement de perception	194
c. Les influence sur les comportements	195
8.2. La correspondance culturelle entre les offres et les attentes	196
8.2.1. Les attentes concernant la culture chinoise et les activités des IC	196
8.2.2. La pertinence perçue de la culture chinoise proposée par les IC	200
8.2.3. La signification de la participation culturelle pour les Français	201
a. L'approfondissement de la compréhension de la culture chinoise	201
b. L'élargissement du champ de vision culturel	202

c. La facilitation de la réalisation des aspirations professionnelles	202
8.3. Les stratégies de communication interculturelle des Instituts Confucius	203
8.3.1. L'approche de communication intégrée des Instituts Confucius	203
a. Les canaux de communication	203
b. Les outils de communication	204
c. Les contenus de communication	204
8.3.2. Vers un nouveau statut de communication	205
a. Une réception mitigée des actions de communications des Instituts confucius	205
b. Les deux sujets de communication	206
c. La nouvelle voie de communication	209
8.3.3. La nécessité d'une relocalisation	211
a. Un aperçu de l'entretien 12	211
b. Une participation active et engagée	212
c. Des pistes d'amélioration par une stratégie de communication localisée	213
Conclusion du chapitre 8	214
CHAPITRE 9 : LA RELOCALISATION DES ACTIVITÉS CULTURELLES	216
Introduction du chapitre 9	217
9.1. La relocalisation institutionnelle	218
9.1.1. La clarification des objectifs et des orientations	218
9.1.2. Le renforcement des communications interne et externe	220
9.1.3. Le recrutement des employés locaux	223
a. Le recrutement	224
b. La formation continue	227
c. L'évaluation	229
9.2. La relocalisation socioculturelle	231
9.2.1. La création des biens publics mondiaux de valeurs universelles	232
9.2.2. La liberté académique	235
a. La controverse	235
b. En défense...	239
c. La solution	241
9.2.3. Le renforcement de l'interaction	242
9.3. La relocalisation géographique	244
9.3.1. Le développement de divers partenariats	245
9.3.2. La sortie des activités culturelles du campus	247
9.3.3. La mise en avant d'un mode hybride	249
Conclusion du chapitre 9	254
CONCLUSION GÉNÉRALE	256
Table des abréviations	260
Table des figures	261
Table des tableaux	263
Table des expressions chinoises	264

Table des matières	266
Index des auteurs chinois	272
Bibliographie	277
Table des annexes	289
Annexe 1 : Le protocole de l'entretien	289
Annexe 2 : La grille d'entretien	290
Annexe 3 : La transcription des entretiens	292
Annexe 4 : Les notes d'analyse des entretiens 2-12	316
Annexe 5 : Le programme de la journée d'étude chinoise à l'école Saint Joseph	323
Annexe 6 : Les flyers pour certaines activités de l'ICCA	324
Annexe 7 : Le grand événement « Nice Baie des Lumières »	333
Annexe 8 : Certaines photos des activités culturelles organisées par l'ICCA	334

Index des auteurs chinois

Nom et prénom	Titre professionnel	Domaine de recherche	Centre ou université affiliée
Bai Kun	Professeure adjointe	Littérature française/culture française/grammaire française	École des relations internationales, Université des sciences et technologies de l'information de Pékin
Bai Ziwei	Doctorante en 2020	Éducation/Instituts Confucius	École d'éducation, Université du Peuple de Chine
Cai Libin, Wang Chenlin	Cai : professeur adjoint/ Wang : étudiante en licence	Patrimoine mondial/ <i>soft power</i> culturel chinois/gestion des ressources humaines/gestion d'événements /gestion du tourisme	École de gestion de l'université océanique de Chine
Chang Hao	Maître de conférence	Philosophie de la technologie/science politique/théorie marxiste/Instituts Confucius	École d'économie et de droit, Université de technologie de Hubei
Chen Lin	Chercheur	Patrimoine immatériel chinois/arts martiaux	Université de Zhengzhou en sciences économiques et financières
Cui Ping	Maître de conférence	Institut Confucius/ journalisme/ chinois langue étrangère	École d'étude internationale, Université de Wuhan
Dai Jicheng	Professeur, HDR	Les ethnies et les religions/lutte contre les mouvements sectaires/lutte contre le terrorisme	École de droit et de criminologie, Université de la sécurité publique du peuple chinois
Fan Zhou, Zhou Jie	Professeur, HDR/Post-doctorant	Politique de 'industrie culturelle/planification régionale de l'industrie culturelle/culture urbaine et littérature	École de gestion, Université de communication de Chine
Han Liyan	Doctorante en 2013	<i>Soft power</i> culturel chinois	École centrale du Parti communiste chinois
He Yongxian	Professeur, HDR	Culture traditionnelle chinoise/éducation préscolaire	École de langue et littérature chinoises, Université de Yanbian
Hong Xiaonan	Professeur, HDR	<i>Soft power</i> culturel chinois	École de Marxisme, Université de technologie de Dalian
Jiang Fei	Chercheur	Théorie de la communication chinoise	Institut de recherche sur la communication, Académie chinoise des sciences sociales
Jin Xianghua	Professeur	Sémantique/pragmatique/comparaison des discours en chinois et en coréen	École de littératures chinoise et coréenne, Université de Yanbian

Li Baogui, Liu Jianing	Li : Professeur/Liu : étudiante	Instituts Confucius	École d'éducation internationale, Université normale du Liaoning
Li Dan	Professeur/HDR	Instituts Confucius/communauté d'un destin commun pour l'humanité	École des affaires publiques, Université de Xiamen
Li Guoqing et Wan Dingding	Li : professeur adjoint/ Wan : étudiante	Politique/gestion administrative	École de droit et de littérature, Université du Nord-Est
Li Jianjun	Professeur	Communication de la langue et de la culture chinoises	Institut de communication culturelle internationale et Centre de recherche en éducation internationale sur la langue chinoise en Asie centrale, Université normale de Xinjiang
Li Jiaqi	Lecteur	Communication interculturelle/éducation en langues étrangères/Instituts Confucius/communauté de destin de l'humanité	Université de Xuchang
Li Mingjiang	Professeur adjoint	Relations internationales/relations sino-américaines/diplomatie chinoise/sécurité en Asie-Pacifique/sécurité maritime/gouvernance mondiale	Institut de recherche internationale Rajaratnam, Université de Nanyang à Singapour (RSIS)
Li Qingqing	Lecteur	Pensée traditionnelle chinoise/philosophie confucéenne	Université des langues étrangères de Beijing
Li Wanqing	Étudiant en master	État actuel des activités de diffusion culturelle des Instituts Confucius	Université de Shandong
Li Yi	Assistant de recherche	Littérature et communication	École de littérature et de communication de journalisme, Université océanique de Chine
Lin Dan	Lecteur	<i>Soft power</i> culturel chinois	École des sciences humaines, Université de technologie de Dalian.
Liu Hong	Chercheur principal à la Société Chahaer/professeur titulaire	Communication internationale	Université de Nanyang
Liu Wenya	Professeur	Éducation internationale du chinois	École de l'éducation, Université de Hebei
Liu Xiaoli	Chercheuse	<i>Soft power</i> culturel chinois	Institut de recherche en sciences politiques, Université normale du Centre de la Chine
Liu Yang	Professeur adjoint	Communication interculturelle/communication	Université de technologie de Zhejiang

Lu Guoliang	Doctorant en 2022	Communication interculturelle/communication	École de journalisme et de communication, Université des langues étrangères de Shanghai
Men Honghua	Professeur/directeur	Théorie stratégique/comparaison des stratégies des grandes puissances/histoire de la pensée stratégique chinoise/théorie des relations internationales	Université de Tongji
Miao Jinfen	Étudiante en master	Développement de la culture et de l'industrie culturelle pour renforcer la puissance culturelle nationale	Institut administratif de Beijing, École centrale du Parti communiste de Beijing
Peng Xiantang	Chercheur associé	Enseignement supérieur/sciences de l'éducation juridique	Université centrale des finances et de l'économie, Chine
Qi Feifei	Étudiante de Master	Communication interculturelle/communication	Université de Xiamen
Qiu Jinying	Doctorant et lecteur	<i>Soft power</i> culturel chinois/Marxisme	École de Marxisme, Université de technologie de Dalian
Shan Bo	Professeur	Comparaison en journalisme/communication interculturelle	École de journalisme et de communication, Université de Wuhan
Shao Peiren	Professeur/directeur	Communication interculturelle/communication chinoise	Université de Zhejiang
Sun Aiqin	Chercheuse	<i>Soft power</i> culturel chinois	Institut professionnel de Yantai
Sun Chunxia	Lecteur	Science politique/administration publique	École de gestion publique, Université de science et technologie de Huazhong
Sun Liang	Chercheur	<i>Soft power</i>	Centre de recherche sur la valeur et la culture, Université normale de Beijing
Sun Ning	Professeur adjoint	Industrie culturelle	École centrale du Parti communiste de Beijing
Sun Yingchun	Professeur	Communication interculturelle/communication internationale/culture et relations internationales	Université de communication de Chine
Sun Yixue	Chercheur	Socialisme aux caractéristiques chinoises	Université de Tongji
Wang Bo	Professeur/directeur	Culturelle chinoise	Université de Pékin
Wang Huning	Théoricien politique chinois	Politique/idéologie	Parti communiste chinois
Wang Qi	Professeur	Instituts Confucius	École internationale, Université de Shandong

Wang Ruiteng	Chercheur	Marxisme	École du marxisme, Université polytechnique du Nord-Ouest
Wang Weichen	Étudiant en master	Institutions linguistiques et culturelles	Université normale de Tianjin
Wang Wen, Liu Yushu, Guan Zhaoyu, Zhang Tingting	Chercheurs	<i>Soft power</i> culturel chinois	Université populaire de Chine
Wang Xiaofeng	Président	Patrimoine	Association pour la Protection du Patrimoine Culturel Immatériel de Chine
Wei Youyin	Journaliste au China Culture Daily	Construction d'une nation culturellement puissante dans le socialisme	China Culture Daily
Wu Guihan	Lecteur	<i>Soft power</i> culturel chinois	École des cadres chargés des affaires des émigrés du Bureau des affaires des émigrés du Conseil des Affaires d'État
Wu Ying	Professeur, HDR	Communication internationale, communication publique, communication interculturelle, études sur les médias internationaux	École de journalisme et de communication, Université des langues étrangères de Shanghai
Wu Yinghui	Professeur	Internationalisation de l'enseignement du chinois	École internationale, Université centrale des nationalités
Xie Sijia	Lecteur	Pensée traditionnelle chinoise/philosophie confucéenne	Université de Wuzi de Beijing
Xu Minghua	Professeur	Théorie de la communication/communication interculturelle/communication internationale/applications innovantes de l'intelligence artificielle	École de journalisme et de communication, Université de science et de technologie de Huazhong
Xu Ying	Chercheuse	Valeur contemporaine de la pensée de communication traditionnelle chinoise	Taiyuan Normal University
Xu Zhanchen	Chercheur	Communication interculturelle	Institut de recherche sur « Une ceinture, une route »
Yan Xuetong	Professeur et Doyen	Relations internationales	Université Tsinghua
Yang Zhusong, Hu Mingyuan, Hu Angang	Chercheurs	Évaluation et prévision de la puissance culturelle sino-américaine	École de gestion publique et Institut des affaires nationales, Université Tsinghua
Yao Jinyun	Professeur adjoint	Communication interculturelle, Communication chinoise	École de journalisme et de communication, Université Jinan

Yao Yaxing	Chercheur	Patrimoine immatériel chinois/arts martiaux	Institut de recherche sur la traduction et la diffusion de la culture des arts martiaux chinois de la province du Henan
Ye Chenyue	Étudiante en master	Communication de la culture des festivals traditionnels chinois	Université Normale de Yunnan
Yu Mai	Professeur	État actuel/problèmes et perspectives de développement des Institut Confucius en France	École de langues et de littératures étrangères, Université de Wuhan
Yu Xintian	Chercheur	Diplomatie publique chinoise	Institut des questions internationales de Shanghai
Zhang Donghui, Zheng Jia	Chercheurs	Instituts Confucius	École d'éducation, Université du Peuple
Zhang Guozuo	Professeur	Puissance culturelle chinoise	Directeur du Centre de recherche sur la puissance culturelle chinoise,
Zhang Xianke	Chercheur	Patrimoine immatériel chinois/arts martiaux	Institut professionnel d'arts martiaux Shaolin de Songshan
Zhao Kejin	Vice-Doyen de la faculté des sciences sociales	Théorie des relations internationales/diplomatie chinoise/relations sino-américaines	Université de Tsinghua
Zhong Xin	Professeur	Nouvelle diplomatie publique/perspective de puissance culturelle/diplomatie chinoise	Université du Peuple de Chine
Zhou Qing'an	Professeur adjoint	Communication/diplomatie publique	École de journalisme et de communication, Université de Tsinghua

Bibliographie

- Albagli C., 2020, *Les routes de la soie ne mènent pas où l'on croit*, L'Harmattan, 276 p.
- Appadurai A., 1996, *Modernity At Large: Cultural Dimensions of Globalization*, U of Minnesota Press, 252 p.
- Aukia J., 2014, "Le soft power culturel de la Chine : un outil pour une sécurité nationale dualiste," 2, 1, p. 24.
- Baggio S., 2011, "La communication," dans *Psychologie sociale*, Louvain-la-Neuve, De Boeck Supérieur (Le point sur... Psychologie), pp. 67–83.
- Bai K., 2005, "Zhong Fa Wen Hua Nian Dui Guo Ji Wen Hua Jiao Liu Dai Lai De Qi Shi (Année de la culture entre la France et la Chine : un aperçu des échanges culturels internationaux)," *Beijing, China : Journal of University of International Relations*, 02, pp. 49–53.
- Bai Z., 2020, "Kong Zi Xue Yuan Zhuan Xing Fa Zhan Yan Jiu (Étude sur la transformation et le développement des Institut Confucius)," *Beijing, China : Renmin University of China Education Journal*, 4, pp. 63–72.
- Bernardet C., Thalineau A., 2018, "La participation citoyenne. Sur les ambiguïtés du « pouvoir d'agir »,» *Savoir/Agir*, 43, 1, pp. 41–50.
- Bertini M.-J., 2007, "Usages épistémiques et sociaux de la stigmatisation. Pour une approche philosophique du concept de stigmatisation," *L'information psychiatrique*, 83, 8, pp. 663–665.
- Bhabha H.K., 1994, *The Location of Culture*, Routledge, 285 p.
- Boukoulou H., Bakouetila Mialoundama G.F., Bachet D., Sebag J., Viremouneix T., Makélé R., Mbika B.F., Ndoundou S.A., 2015, "Contribution de la formation continue et du système documentaire dans l'amélioration des processus de production de la canne à sucre : cas de SARIS Congo," *Revue Congolaise de Gestion, Numéro 20*, 1, pp. 130–152.
- Brazys S., Dukalskis A., 2019, "Puissances montantes et gestion de l'image à la base : Les instituts Confucius et la Chine dans les médias," *Revue chinoise de politique internationale*, 12, 4, pp. 1–46.
- Cai L., Wang C., 2020, "Shi Jie Yi Chan Yu Zhong Guo Wen Hua Ruan Shi Li (Le patrimoine mondial et le soft power culturel de la Chine)," *Beijing, China : China Cultural Heritage Scientific Research*, pp. 17–23.
- Chang H., 2015, "Kong Zi Xue Yuan De Fa Zhan Hui Gu Yu Qian Zhan (Bilan et perspectives des Instituts Confucius)," *Wuhan, China : Higher Education Development and Evaluation*, pp. 23–31.
- Chen G., 2004, *Zhong Hua Chuan Bo Li Lun Yu Yuan Ze (Théorie et principes de la communication chinoise)*, Taibei, Chine : Wu Nan Tu Shu (Librairie de Wu Nan), 539 p.
- Choay F., 2009, "Le patrimoine en questions," *Esprit, vembre*, 11, pp. 194–222.
- Contemporary Korea, 2004, "Shi Jie Di Yi Suo « Kong Zi Xue Yuan » Zai Han Cheng Jian Li (Le premier « Institut Confucius » du monde est créé à Séoul)," *Beijing, China : Contemporary Korea*, 04, pp. 6–2.
- Corral-Regourd M., 2016, "Marques culturelles : objectifs et enjeux," *Juris art etc.*, n° 36.
- Courmont B., 2012, "Le soft power chinois : entre stratégie d'influence et affirmation de puissance," *Revue d'études comparatives Est-Ouest, N° 43*, 1, pp. 287–309.
- Cui P., Yu M., 2019, "Status quo, défis et développement des Instituts Confucius en France," *Wuhan, China : Études Françaises*, 3, pp. 106–112.
- Dai J., 2020, "Wen Ming Chong Tu Lun De Po Jie Yu Zhong Guo Xin Xing Wen Ming Guan De Shi Xian (Le décryptage de la théorie du choc des civilisations et la concrétisation de la nouvelle vision chinoise de la civilisation)," *Beijing, China : Studies in Ideological Education*, 1, pp. 74–79.
- Dang Q., Luo Z., Ouyang C., Wang L., Xie M., 2021, "Intangible Cultural Heritage in China:

- A Visual Analysis of Research Hotspots, Frontiers, and Trends Using CiteSpace,” *Sustainability*, 13, 17, p. 9865.
- Davallon J., 2006, “Le don du patrimoine,.”
- De La Broise P., Gardère E., Lambotte F., 2022, “Éditorial. De l’intervention communicationnelle en organisation : postures et modalités,.” *Communication & Organisation*, 61, 1, pp. 11–24.
- Deardorff D.K., 2020, *Manual for Developing Intercultural Competencies: Story Circles*, Taylor & Francis.
- Debarbieux B., 2009, “Territoire-Territorialité-Territorialisation : aujourd’hui encore, et bien moins que demain...,” *Territoires, territorialité, territorialisation*.
- Delphine A., 2022, “Frontière désertique, front pionnier et territorialisation. Approche à partir du cas égyptien — Géoconfluences,.”
- Demorgon J., 2005, *Critique de l’interculturel : L’horizon de la sociologie*, Paris, Economica, 222 p.
- Denieuil P.-N., 2008, “Développement social, local et territorial : repères thématiques et bibliographiques sur le cas français,.” *Mondes en développement*, 142, 2, pp. 113–130.
- Dorbaire P., Chen G., Chen M., 2012, “Le contrôle stratégique des Instituts Confucius,.” *Management & Avenir*, 55, 5, pp. 272–290.
- Duran P., 2020, “Territorialisation,.” dans *Dictionnaire des politiques territoriales*, Paris, Presses de Sciences Po (Références), pp. 529–537.
- Durier M.-G., Girard-Muscagorry A., Hatté C., Fabris T., Foasso C., Nowik W., Vaiedelich S., 2021, “The story of the ‘Qiulai’ qin unraveled by radiocarbon dating, Chinese inscriptions and material characterization,.” *Heritage Science*, 9, 1, p. 89.
- El Gaied M., Meyer V., 2014, “Communication, tourisme et développement territorial : l’exemple des GSOURS du sud-est tunisien,.” *Les Enjeux de l’information et de la communication*, 15/1, 1, pp. 5–15.
- Fan Z., Zhou J., 2016, “« Yi Dai Yi Lu » Zhan Lue Bei Jing Xia De Zhong Guo Wen Hua Ruan Shi Li Jian She Yan Jiu (Étude sur la construction du soft power culturel de la Chine dans le contexte de la stratégie ‘Une ceinture et une route’),.” *Shanghai, China : Tongji University Journal Social Science Section*, pp. 40–47.
- Flew T., Hartig F., 2014, “Confucius Institutes and the Network: Communication Approach to Public Diplomacy,.” *IAFOR Journal of Asian Studies*, 1, 1.
- Gan P., 2005, “Kong Zi Xue Yuan Luo Hu Fa Guo Ji Shi (Instituts Confucius installés en France),.” *Nanchang, China : Contemporary Jiangxi*, 07, pp. 40–41.
- Garreau L., Bandeira-De-Mello R., 2010, “La théorie enracinée en pratique: vers un dépassement de la tension entre scientificité et créativité dans les recherches basées sur la théorie enracinée?,.”
- Geertz C., 1973, *The Interpretation Of Cultures*, Basic Books, 484 p.
- Gerlof U., 2020, *Fei Zhou Kong Zi Xue Yuan Fa Hui Gong Gong Wai Jiao Gong Neng De Bi Jiao Yan Jiu [Une étude comparative de la fonction de diplomatie publique des Instituts Confucius en Afrique (Mémoire de Master)]*, Mémoire de Master réalisé à l’université de Shangdong.
- Giafferri X., 2012, *Cai Xing Cai Zhi*, Changchun, China : Changchun Publishing House, 216 p.
- Graebner F., 1911, *Methode der Ethnologie 1911*, Generic.
- Guerraoui Z., 2009, “De l’acculturation à l’interculturalisation : réflexions épistémologiques,.” *L’Autre, Volume. 10*, 2, pp. 195–200.
- Guerrero S., 2019, “Chapitre 4. L’évaluation des salariés,.” dans *Les outils des RH*, Paris, Dunod (Ressources humaines), pp. 121–156.
- Hagège C., 2006, “Chapitre 4. Le français et la promotion de la diversité linguistique,.” dans

- Combat pour le français*, Paris, Odile Jacob (Hors collection), pp. 189–233.
- Hall E.T., 1959, *Le langage silencieux*, Éditions du Seuil.
- Hall E.T., 1976, *Beyond culture. Garden city*, Knopf Doubleday Publishing Group, 320 p.
- Han L., 2013, *Lun Ti Gao Wo Guo Wen Hua Ruan Shi Li [Études sur l'amélioration du soft power culturel de la Chine (Thèse de doctorat)]*, Thèse de doctorat, Thèse réalisée à l'École centrale du Parti communiste chinois, 135 p.
- Harrison R., 2013, *Heritage: Critical Approaches*, Routledge, 290 p.
- Hartig F., 2012, "Confucius Institutes and the Rise of China," *Journal of Chinese Political Science*, 17, 1, pp. 53–76.
- Hartig F., 2015, "Communicating China to the World: Confucius Institutes and China's Strategic Narratives," *Politiques*, 35, 3–4, pp. 245–258.
- He Y., Jin X., 2021, "Strategies of the Integration of Chinese Traditional Culture and Preschool Education," *Jilin, china : Journal of Yanbian University(Social Sciences Edition)*, pp. 135–140.
- Hobsbawm E., Ranger T., 1983, "The Invention of Tradition,."
- Hong X., Qiu J., Lin D., 2013, "Guo Jia Wen Hua Ruan Shi Li De Gou Cheng Yao Su Yu Ti Sheng Zhan Lue (Composantes du soft power culturel national et stratégies pour le renforcer)," *Nanjing, China : Jianghai Academic Journal*, pp. 202–207.
- Huang Z.A., 2019, "Étudier le chinois et fêter le Chun Jie à Nairobi : les Instituts Confucius au service de la diplomatie publique et du soft power chinois," *Communiquer : revue de communication sociale et publique*, 25, pp. 39–59.
- Huang Z.A., 2020, *Servir le soft power et la diplomatie publique à la chinoise : analyse communicationnelle de l'Institut Confucius de l'Université de Nairobi*, phdthesis, Université Paris-Est.
- Huang Z.A., Hardy M., 2021, "Vers une diplomatie publique française des musées en Chine ? La sinisation numérique des stratégies communicationnelles du Louvre," *Les Enjeux de l'information et de la communication*, 21/3A, S1, pp. 71–87.
- Huntington S.P., 1996, "The Clash of Civilizations and the Remaking of World Order," *New York: Simon & Schuster*.
- Jeudy, H.P. (ed.), 2015, *Patrimoines en folie*, Paris, Éditions de la Maison des sciences de l'homme (Ethnologie de la France), VIII–297 p.
- Jiang F., 2016, "Kua Wen Hua Chuan Bo Yan Jiu De Si Xiang Di Tu Yu Zhong Guo Guo Ji Chuan Bo Gui Hua De Zhuan Xiang (La carte des idées dans la recherche en communication interculturelle et le tournant dans la planification de la communication internationale de la Chine)," *Guangdong, China : Jinan Journal(Philosophy & Social Science Edition)*, 38, 1, pp. 83-95+131-132.
- Jiang T., 2022, "A conceptual framework for understanding the intrinsic contestation of cultural heritage tourism in Chinese qiaoxiang," *Built Heritage*, 6, 1, p. 28.
- Kim P.S., 2012, "Aperçu historique de l'administration publique coréenne : discipline, éducation, association, coopération internationale et au-delà de l'indigénisation," *Revue Internationale des Sciences Administratives*, 78, 2, pp. 231–253.
- Kim Y.Y., 2001a, *Becoming Intercultural: An Integrative Theory of Communication and Cross-Cultural Adaptation*, SAGE, 340 p.
- Kim Y.Y., 2001b, *Becoming Intercultural: An Integrative Theory of Communication and Cross-Cultural Adaptation*, SAGE, 340 p.
- Kincaid D.L., 1979, *The Convergence Model of Communication*, East-West Center, 41 p.
- Kurin R., 2004, "Safeguarding Intangible Cultural Heritage in the 2003 UNESCO Convention: a critical appraisal," *Museum International*, 56, 1–2, pp. 66–77.
- Kymlicka W., 2010, "The rise and fall of multiculturalism? New debates on inclusion and accommodation in diverse societies," *International Social Science Journal*, 61, 199,

pp. 97–112.

Lasswell H.D., 2007, “The structure and function of communication in society,” *Journal of communication theory and research*, pp. 215–228.

Le Hégarat T., 2015, “Un historique de la notion de patrimoine.”

Lefebvre A., 2017, “Frontières culturelles et interculturalité,” *Cahiers de la Nouvelle Europe*.

Lelarge É., Servillat T., Stimec I., 2020, “Chapitre 9. Gestion des conflits et communication non violente,” dans *Construire la communication thérapeutique avec l’hypnose*, Paris, Dunod (Psychothérapies), pp. 143–159.

Lemoine V., 2018, “L’interculturel en réflexion pour la classe et ailleurs,” *Recherches en didactiques*, 25, 1, pp. 77–92.

Lescourret M.-A., 2012, “Un œil sur la vie culturelle chinoise aujourd’hui,” *Cités*, 50, 2, pp. 147–151.

Letier S.-A., 2009, “La littérature, les arts et les institutions savantes,” *Romantisme*, 143, 1, pp. 79–83.

Li B., Liu J., 2017, “« Yi Dai Yi Lu » Zhan Lue Bei Jing Xia Kong Zi Xue Yuan Kua Wen Hua Chuan Bo Mian Lin De Ji Yu He tiao Zhan (Les opportunités et les défis de la communication interculturelle de l’Institut Confucius dans le contexte de l’initiative « Les nouvelles routes de la soie »),” *Xinjiang, China : Journal of Xinjiang Normal University (Philosophy and Social Sciences)*, pp. 148–155.

Li D., 2018, “Kong Zi Xue Yuan Yu Ren Lei Ming Yun Gong Tong Ti Jian She (Les Instituts Confucius et la construction d’une communauté d’un destin commun pour l’humanité),” *Beijing, China : International Communications*, pp. 50–52.

Li D., 2020, “Ying Xiang Kong Zi Xue Yuan Jiao Xue Ben Tu Hua De Zhu Yao Yin Su: Fen Jie Yu Ce Liang (Facteurs clés influençant la localisation de l’enseignement dans les Instituts Confucius : décomposition et mesure),” *Changshu, China : Journal of Changshu Institute of Technology*, 34, 6, pp. 87–93.

Li G., Wan D., 2019, “Kong Zi Xue Yuan Fa Zhan De Cheng Jiu Yu Jing Yan Tan Suo (Une analyse des réalisations et de l’expérience du développement des Instituts Confucius),” *Heilongjiang, China : The Border Economy and Culture*, pp. 84–86.

Li J., 2014, “Shi xian Zhong Guo Yu Yan Wen Hua De Liu Da Zhuan Bian (Six changements dans la diffusion de la langue et de la culture chinoises),” *Wuhan, China : Journal of South-Central University for Nationalities (Humanities and Social Sciences)*, 34, 06, pp. 43–46.

Li J., 2015, *Une analyse interculturelle des images de l’institut Confucius dans la presse française*, Master, Établissement d’enseignement supérieur à Canton, Établissement d’enseignement supérieur à Canton.

Li J., 2021a, “Le dilemme et les solutions des Instituts Confucius dans le contexte de la construction d’une communauté de destin commun pour l’humanité,” *Le monde des relations publiques*, pp. 186–187.

Li M., 2009, “Soft power: China’s emerging strategy in international politics,” dans Lexington Books.

Li Q., Xie S., 2021, “Zhong Guo Chuan Tong Si Xiang de Duiwai Chuan Bo yu Guo Jia Xing Xiang Suo Zao - Yi Ru Jia Si Xiang Wei Li (La communication externe de la pensée traditionnelle chinoise et la formation de l’image nationale - L’exemple du confucianisme),” *Shanxi, Chine : Wen Hua Chan Ye (Industries culturelles)*, pp. 83–88.

Li Q., 2021b, “Intégration, innovation, développement : Dilemmes et voies de sortie du développement des instituts Confucius dans la nouvelle ère,” *Journal of Education of Renmin University of China*, 1.

Li W., 2017, *Kong Zi Xue Yuan Wen Hua Chuan Bo Huo Dong Xian Zhuang Fen Xi Yu Si Kao (Analyse et réflexion sur la situation actuelle des activités de communication culturelle des*

- instituts Confucius*), Master, Mémoire de master réalisé à l'Université de Shangdong.
- Li X., Worm V., 2011, "Construire la puissance douce de la Chine pour une montée en puissance pacifique," *Journal de la science politique chinoise*, 16, pp. 69–89.
- Li Y., 2016, "Fu Zhou Hai Shang Si Chou Zhi Lu Yan Jiu Zong Shu (Revue de la littérature sur la route de la soie maritime à Fuzhou)," *Fuzhou, china : Journal of Fujian Institute of Socialism*, 6, pp. 89–96.
- Liu H., 2012, "Kong Zi Xue Yuan Yu Zhong Hua Wen Hua De Guo Ji Chuan Bo : Cheng Jiu Yu Tiao Zhan (Les Instituts Confucius et la diffusion internationale de la culture chinoise : réalisations et défis)," *Beijing, China : Public Diplomacy Quarterly*, pp. 80–83.
- Liu W., 2007, "Kong Zi Xue Yuan: Han Yu He Zhong Guo Jiao Yu Guo Ji Hua De Xin Ju Cuo (Confucius Institute: new method for the internationalisation of Chinese language and Chinese education)," *Beijing, China : Journal of World Education*, 8, pp. 50–52.
- Liu X., Sun A., 2012, "Cong Zhong Guo Chuan Tong Wen Hua De Hong Yang Kan Zhong Guo Wen Hua Ruan Shi Li De Ti Sheng (La promotion du soft power culturel de la Chine à partir de la promotion de la culture traditionnelle chinoise)," *Beijing, China : Contemporary World and Socialism*, pp. 27–30.
- Liu X., 2015, "Zhong Guo Kong Zi Xue Yuan Li Shi Fa Zhan Yan Jiu (Une étude sur l'implantation des Instituts Confucius au fil du temps)," *Chongqing, China : Journal of Chongqing University (Social Sciences Edition)*, pp. 234–241.
- Liu Y., 2010, "Wo Guo Ben Tu Hua Kua Wen Hua Chuan Bo Yan Jiu Xian Zhuang Fen Xi-Yi 2000-2009 Nian Bu Fen CSSCI Xin Wen Chuan Bo Lei Xue Shu Kan Wu Wei Li (Une analyse de la situation actuelle de la recherche localisée en communication interculturelle en Chine: un exemple de quelques revues académiques du CSSCI en journalisme et communication de 2000 à 2009)," *Chengdu, China : Journal of Southwest Minzu University (Humanities and Social Science)*, 31, 7, pp. 130–136.
- Lombardo P., Wolff L., 2020, "Cinquante ans de pratiques culturelles en France," *Culture études*, 2, 2, pp. 1–92.
- Lowenthal D., 1985, *The Past is a Foreign Country*, Cambridge University Press.
- Lu G., 2021, "Jiao Ji Yu Chuan Bo Zhi Zheng : 'Intercultural Communication' De Zai Hua Li Lun LU Xing (Le débat sur la communication: un voyage théorique en Chine pour la 'communication interculturelle')," *Chengdu, China : Press Circles*, 10, pp. 77–87.
- Lu G., 2022, "Xiang Xiang Li De Jia Suo : Ben Tu Hua Wen Hua Chuan Bo Yan Jiu De Dian Ji Zhe She Hua (Le joug de l'imagination: le mythe du fondateur des études chinoises en communication interculturelle)," *Chengdu, China : Journalism and Mass Communication Monthly*, pp. 216–225.
- Ma T., 2009, "Kong Zi Chuan Bo Si Xiang Tan Xi (L'analyse des pensées de Confucius sur la communication)," *DongYue Tribune*, 30, 8, pp. 150–152.
- Marc E., Picard D., 2015, "Conflit et relation," *Gestalt*, 46, 1, pp. 129–142.
- Marc E., Picard D., 2020, "Chapitre 7. Les problèmes de communication," dans *Relations et communications interpersonnelles*, Paris, Dunod (Psycho Sup), pp. 131–146.
- Meier O., 2019, "Chapitre 8. La communication interculturelle," dans *Management interculturel*, Paris, Dunod (Management Sup), pp. 202–217.
- Melissen J., 2005, *Wielding Soft Power*, Palgrave Macmillan.
- Men H., 2007a, "Zhong Guo Ruan Shi Li Ping Gu Bao Gao Shang [Rapport d'évaluation du soft power de la Chine (première partie)]," *Shanghai, China : International Review*, pp. 15–26.
- Men H., 2007b, "Zhong Guo Ruan Shi Li Ping Gu Bao Gao Shang Xia [Rapport d'évaluation du soft power de la Chine (deuxième partie)]," *Shanghai, China : International Review*.
- Meyer V., Smati N., 2016, "Maghreb et territoires en communication," *Communication. Information médias théories pratiques*, vol. 34/1.

- Muller L., 2018, “Chapitre 8. Pratique sportive et activités culturelles vont souvent de pair,” dans Canneva H. (ed.), *La pratique des activités physiques et sportives en France : Enquête 2003 – Ministère de la Jeunesse, des Sports et de la Vie associative Ministère de la Culture et de la Communication, Insee*, Paris, INSEP-Éditions (Statistiques, Repères, Analyses), pp. 143–152.
- Nan H., 2016, *Yuan Ben Da Xue Wei Yan (Les interprétations personnelles du classique Da Xue)*, Shanghai, China : Fudan University Press.
- Naquin S., 2004, “The Forbidden City Goes Abroad: Qing History and the Foreign Exhibitions of the Palace Museum, 1974-2004 on JSTOR,” *T’oung Pao*, pp. 341–397.
- Nattier C., 2015, *La diplomatie publique et culturelle de demain: nouvelles stratégies pour de nouveaux défis*, Laliberté R. (ed.), Québec, Association internationale des études québécoises, 158 p.
- Nicolson H., 1939, “Diplomacy, Oxford University Press, London.”
- Nye J.S., 1990a, “Soft Power,” *Politique étrangère*, 80, pp. 153–171.
- Nye J.S., 1990b, “Bound to Lead: The Changing Nature of American Power New York,” *NY: Basic*.
- Nye J.S., 2004, *Soft Power: The Means to Success in World Politics*, Public Affairs.
- Nye J.S., 2008, “Diplomatie publique et soft power,” *Les ANNALS de l’Académie américaine des sciences politiques et sociales*, 616, 1, pp. 94–109.
- Pailliar I., 2018, “Des territoires à la territorialisation,” *Études de communication. langages, information, médiations*, 50, pp. 147–160.
- Paradis J., 2018, “L’indigénisation de la subjectivité néolibérale chez les étudiants de la Royal University of Phnom Penh au Cambodge,” *Mémoire de Master réalisé à l’Université LAVAL*, p. 174.
- Paradise J.F., 2009, “China and International Harmony: The Role of Confucius Institutes in Bolstering Beijing’s Soft Power,” *Asian Survey*, 49, 4, pp. 647–669.
- Park J., 2013, “Cultural artefact, ideology export or soft power? Confucius Institute in Peru,” *International Studies in Sociology of Education*, 23, 1, pp. 1–16.
- Peng X., 2020, “Kong Zi Xue Yuan Ru He Zhu Li Ren Lei Ming Yun Gong Tong Ti Jian She (Comment les Instituts Confucius peuvent aider à construire une communauté d’un destin commun pour l’humanité),” *Beijing, China : PR Magazine*, pp. 254–255.
- Picard D., Marc E., 2008, “Spécificité du conflit relationnel,” dans Paris cedex 14, Presses Universitaires de France (Que sais-je ?), pp. 3–6.
- Pramesini khamtab, 2018, *La pensée du soft power chinois et la propagation de la culture traditionnelle chinoise à partir de la communication culturelle de l’Institut Confucius, en Thaïlande.*, Thèse de doctorat.
- Qi F., 2018, “Chuan Bo Xue Ben Tu Hua Yan Jiu Si Shi Nian De Hui Gu, Lun Zheng Yu Zhan Wang (1977-2017) [Rétrospective, controverse et perspective de 40 ans de localisation des études de communication (1977-2017)],” *Mémoire de Master réalisé à l’Université de Xiamen*, pp. 1–117.
- Rey A., Duval F., Siouffi G., 2013, “1. Le français des Lumières,” dans *Mille ans de langue française, histoire d’une passion*, Paris, Perrin (Tempus), pp. 9–38.
- Rive J., Roger A., 2014, “XX. Edward T. Hall. La communication interculturelle,” dans *Les Grands Auteurs en Management International*, Caen, EMS Editions (Grands auteurs), pp. 375–390.
- Sahlins M., 2015, *Confucius Institutes: academic malware*, Prickly Paradigm Press Chicago.
- Sandre A., 2015, *Digital Diplomacy: Conversations on Innovation in Foreign Policy*, Rowman & Littlefield, 334 p.
- Sari M., 2017, “The Confucius Institute at Suez Canal University: A Tool in China’s Public Diplomacy.”

- Shan B., 2004a, “La communication interculturelle : ses fondements, les obstacles à son développement,” *Communication et organisation. Revue scientifique francophone en Communication organisationnelle*, 24.
- Shan B., 2004b, “La communication interculturelle : ses fondements, les obstacles à son développement,” *Communication et organisation. Revue scientifique francophone en Communication organisationnelle*, 24.
- Shan B., 2011, “Kua Wen Hua Chuan Bo De Ji Ben Li Lun Ming Ti (Les bases de la théorie de la communication interculturelle),” *Wuhan, china : Journal of Central China Normal University (Humanities and Social Sciences)*, pp. 103–115.
- Shanben X., 2018, *The future belongs to China*, translated by Wu S., World Affairs Press, 223 p.
- Shao P., Yao J., 2016, “Chuan Bo Li Lun De Pei Tai : Hua Xia Chuan Bo Shi Da Guan Nian (L’embryon de la théorie de la communication : Dix concepts de la communication chinoise),” *Zhejiang, Chine : Zhe Jiang Xue Kan (Journal de Zhejiang)*, pp. 203–215.
- Simons R., 1995, “Control in an Age of Empowerment,” *Harvard Business School*, pp. 8–88.
- Song Y., Wu L., 2021, “Shu Wei Mei: Gong Xiang Zhong Guo Ben Tu Chuan Bo Zhi Hui (Les livres en tant que support : partager la sagesse de la communication chinoise),” *Beijing, China : China Publishing Journal*, 05, p. 70.
- Soparnot R., 2013, “Les effets des stratégies de changement organisationnel sur la résistance des individus,” *Recherches en Sciences de Gestion*, 97, 4, pp. 23–43.
- Starr D., 2009, “Chinese Language Education in Europe: the Confucius Institutes,” *European Journal of Education*, 44, 1, pp. 65–82.
- Storozum M.J., Li Y., 2020, “Chinese Archaeology Goes Abroad,” *Archaeologies*, 16, 2, pp. 282–309.
- Sun L., 2009, “Wen Hua Ruan Shi Li Zhi Biao Ti Xi De Jian Gou Yuan Ze Yu Gou Cheng Yao Su (Principes et composantes du système d’indicateurs du soft power culturel),” *Hubei, China : Theory Monthly*, pp. 145–147.
- Sun N., Miao jinfen, 2020, “Comment comprendre en profondeur "Prospérité et développement des entreprises et des industries culturelles, et renforcement du soft power culturel de la Chine.”
- Sun X., 1997, *Hua Xia Chuan Bo Lun (La communication chinoise)*, Beijing, China : People’s Press.
- Sun Y., Sun C., 2010, “Kua Wen Hua Chuan Bo Yan Jiu De Chuan Qiu Chang Yu Yu Ben Tu Zhui Wen (Le champ global et les poursuites chinoises de la recherche en communication interculturelle),” *Hangzhou, China : Zhejiang Academic Journal*, 4, pp. 36–43.
- Théry A., 2015, “La cuisine française en Chine: Traduction, appropriation et assimilation d’une culture gustative,” *Politiques de communication*, N° 5, 2, pp. 35–82.
- Trépant I., 2008, “Pays émergents et nouvel équilibre des forces,” *Courrier hebdomadaire du CRISP, 1991–1992*, 6–7, pp. 6–54.
- Vernieres M., 2015, “Le patrimoine : une ressource pour le développement,” *Techniques Financières et Développement*, 118, 1, pp. 7–20.
- Viallon P., Gardère E., Dolbeau-Bandin C., 2021, “YouTube, fenêtre et miroir du monde,” *Communication. Information médias théories pratiques*, Vol. 38/2.
- Wang D., Adamson B., 2015, “War and Peace: Perceptions of Confucius Institutes in China and USA,” *The Asia-Pacific Education Researcher*, 24, 1, pp. 225–234.
- Wang Q., 2018, “2005-2017 Nian Kong Zi Xue Yuan Yan Jiu De Guan Jian Hua Ti Ji Xue Ke Kua Du - Ji Yu CiteSpace Ke Shi Hua Tu Pu De Fen Xi (Thèmes clés et portée disciplinaire de la recherche de l’Institut Confucius de 2005 à 2017 - une analyse basée sur la cartographie visuelle de CiteSpace),” *Beijing, China : Chinese Journal of Language Policy and Planning*, 3, 6, pp. 42–55.

- Wang R., 2019, “Xi Jinping He Zuo Gong Ying Li nian De Chuan Tong Wen Hua Nei Han (Les connotations culturelles traditionnelles du concept de la coopération gagnant-gagnant de Xi Jinping),” *Harbin, China : Theory Research*, pp. 7–9.
- Wang W., 2016, *Explorations on the Reference Significance for Cultural Activities of Alliance Française to Confucius Institutes*, Thèse de doctorat, Mémoire de Master réalisé à l’Université normale de Tianjin, 38 p.
- Wang W., Liu Y., Guan Z., Zhang T., 2020, “Lun Xin Shi Dai Zhong Guo Ruan Shi Li Jian She (Recherche sur la construction du soft power chinois à l’ère nouvelle),” *Beijing, China : Journal of the Central Institute of Socialism*, pp. 11–23.
- Wang Y., Chen X., 2019, “Vers un récit national dans le contexte de la gouvernance mondiale : un modèle narratif intertextuel de ‘raconter une bonne histoire chinoise,’” *Recherche en journalisme et communication*, 7.
- Wei Y., 2021, “Tan She Hui Zhu Yi Wen Hua Qiang Guo (Études sur la construction la Chine culturellement forte),” *Beijing, China : China Culture Daily*, 2021, pp. 1–3.
- Wu G., 2012, “Zhong Gong Shi Qi Da Yi Lai Guo Jia Wen Hua Ruan Shi Li Yan Jiu Shui Ping (Revue des études sur le soft power culturel national depuis le dix-septième Congrès national du Parti communiste chinois),” *Beijing, China : CPC History Studies*, pp. 94–103.
- Wu X., 2021, “Chuan Bo Xue Ben Tu Hua De Ming Yu Shi —— Ping 《Hua Xia Chuan Bo Li Lun》(Le nom et la réalité de la localisation des études de communication - Un examen du livre « la théorie chinoise de communication »),” *Fujian, China : Southeast communication*, 01, pp. 5–6.
- Wu Y., 2009a, “Dui Kong Zi Xue Yuan Zhong Guo Wen Hua Chuan Bo Zhan Lue De Fan Si (Réflexions sur la stratégie de communication culturelle chinoise des Institut Confucius),” *Nanning, China : Academic Forum*, 32, 07, pp. 141–145.
- Wu Y., 2009b, “Dui Kong Zi Xue Yuan Zhong Guo Wen Hua Chuan Bo Zhan Lue De Fan Si (Réflexions sur la stratégie de communication culturelle chinoise de l’Institut Confucius),” *Nanning, China : Academic Forum*, 32, 07, pp. 141–145.
- Wu Y., 2015, “Han Yu Guo Ji Chuan Bo Shi Ye Xin Chang Tai Te Zheng Ji Fa Zhan Si Kao (Caractéristiques de la nouvelle normalité dans le domaine de la communication internationale de la langue chinoise et réflexions sur son développement),” *Beijing, China : Applications linguistiques*, 4, pp. 27–34.
- Xu M., Yu M., 2020, “Ba Wo Xue Ke Si Wei Zhuan Xing, Da Jian Hua Xia Chuan Bo — Chuan Bo Xue Yuan Li Ke Cheng Gai Ge De Kun Jing Yu Chao Yue (Transformer la pensée disciplinaire pour construire la communication chinoise —Le dilemme et et au-delà de la réforme du cours «Principes de la communication»),” *Beijing, China : China University Teaching*, 12, pp. 52–56.
- Xu Y., 2009, “Lun Zhong Guo Chuan Tong Chuan Bo Si Xiang De Xian Shi Jia Zhi (La signification de la pensée traditionnelle chinoise en matière de communication),” *Shanxi, China : Xin Wen Cai Bian (Presse des Actualités)*, pp. 17–19.
- Xu Z., 2022, “Xin Shi Dai Yi Ti Tui Jin Gou Jian Ren Lei Ming Yun Gong Tong Ti He Gao Zhi Liang Gong Jian «Yi Dai Yi Lu» De Si Kao (Réflexions sur la construction d’une communauté d’un destin commun pour l’humanité et des nouvelles routes de la soie dans la nouvelle ère),” *Beijing, China : Globalization*, 1, pp. 79-88+135-136.
- Yan X., 2006, “Zhong Guo Ruan Shi Li You Dai Ti Gao (Le soft power de la Chine doit être amélioré),” *Beijing, China : China and World Affairs*, pp. 1–5.
- Yang L., Li B., 2019, “La construction de l’image de la Chine sur les plates-formes internationales de réseaux sociaux en ligne et le livre,” *Journal de l’Université du Guangxi pour les nationalités*.
- Yang R., Zhang D., Ji Y., Mao F., 2012, *Une vision philosophique de la communication civilisationnelle*, Beijing, China : China Social Sciences Press, 537 p.

- Yang Z., Hu M., Hu A., 2019, “Zhong Mei Wen Hua Ruan Shi Li Ping Gu Yu Yu Ce (Évaluation et prédiction du soft power culturel aux États-Unis et en Chine),” *Beijing, China : Journal of Tsinghua University (Philosophy and Social Sciences)*, pp. 155–167.
- Ye C., 2021, *Zhong Guo Chuan Tong Jie Ri Wen Hua Chuan Bo Xiao Guo Yan Jiu — Yi Ao Da Li Ya Niu Qia Si Er Kong Zi Xue Yuan Wei Li (Study on the communication effect of Chinese traditional festival culture—Take the Confucius Institute in Newcastle, Australia as an example)*, Mémoire de master, Université Normale de Yunnan.
- Yu Q., 2010, “Chuan Bo Xue Zhong Guo Hua De Xin Tan Suo — Cong Xian Qin Zhu Zi Kan Zhong Guo Gu Dai De Chuan Bo Si Xiang (Une nouvelle exploration de l’étude chinoise de la communication—La pensée chinoise ancienne de la communication à partir des cent écoles du pré-Qin),”
- Yu X., 2009, “Zhong Guo Gong Gong Wai Jiao Yu Ruan Shi Li Jian She (Diplomatie publique et construction du soft power en Chine),” *Beijing, China : Guo Ji Zhan Wang (Perspectives Internationales)*, 3, pp. 17-27+117.
- Zhang D., Zheng J., 2021, “The Mirror Images of Confucius Institutes at Home and Abroad: A Review of Chinese and English Literature on Confucius Institutes(2015-2020),” *Beijing, China : Journal of Education of Renmin University of China*, 1, pp. 151–169.
- Zhang G., 2009, “Zhong Guo Wen Hua Ruan Shi Li Yan Jiu Da You Ke Wei (Il y a beaucoup à faire dans l’étude du soft power culturel de la Chine),” *Beijing, China : GuangMing Daily*, 2009.
- Zhang G., 2015, “Wen Hua Ruan Shi Li Yan Jiu (Recherche sur le soft power culturel),” *Beijing, China : Social Sciences in Chinese Higher Education Institution*, pp. 42–45.
- Zhang H., 2014, “Kong Zi Xue Yuan Wen Hua Huo Dong She Ji Yu Fan Si (Conception et réflexion sur les activités culturelles des Instituts Confucius),” *Kunming, China : Journal of Yunnan Normal University (Teaching & Studying Chinese as a Foreign Language Edition)*, pp. 6–12.
- Zhang J., 2017, “Intangible Cultural Heritage and Self-Healing Mechanism in Chinese Culture,” *Western Folklore*, 76, 2, pp. 197–226.
- Zhang X., Chen L., Yao Y., 2021, “« Da Guo Xing Xiang » : Bei Jing Xia Kong Zi Xue Yuan Wu Shu Jiao Xue Gai Ge Yan Jiu — Yi Mi Lu Li Ka Duo·Pa Er Ma Da Xue Wei Li (Une étude sur la réforme de l’enseignement des arts martiaux dans l’Institut Confucius dans le contexte de l’image d’une grande nation — un exemple de l’Université de Ricardo Palma au Pérou),” *Shangxi, Chine : Études des arts martiaux*, 6, 11, pp. 59–62.
- Zhang Y., 2021, “« La Chine dans les classiques » fait revivre les classiques,” *Le quotidien de la CPPCC*, 2021.
- Zhao J., 2010a, *He Shi Sheng Wu — Dang Qian Guo Ji Lun Tan Zhong Di Hua Xia Chuan Bo Li Nian (En harmonie, toutes les choses peuvent croître et se développer — Le concept de la communication chinoise dans les forums internationaux actuels)*, Zhejiang, Chine : Zhejiang Da Xue Chu Ban She (Presses de l’Université de Zhejiang).
- Zhao K., 2010b, “Ba Wo Quan Qiu Hua Shi Dai Gong Gong Wai Jiao De Gui Lu (Saisir les lois de la diplomatie publique à l’ère de la mondialisation),” *Public Diplomacy Quarterly*, 1, pp. 66–74.
- Zhong X., 2011, “Xin Gong Gong Wai Jiao : Ruan Shi Li Shi Ye Xia De Quan Min Wai Jiao (La nouvelle diplomatie publique : la diplomatie par tous dans la perspective du soft power),” *Beijing, China : Modern Communication (Journal of Communication University of China)*, 8, pp. 51–55.
- Zhou Q., 2019, “Xin Wen Chuan Bo Yu Gong Gong Wai Jiao (Communication des médias et diplomatie publique),” pp. 206–208.
- Zhou Y., 2021, “Nei Xiang Chuan Bo Shi Yu Xia Hua Xia Wen Ming De Zai Chan Shi — Jian Ping Xie Qingguo Jiao Shou Xin Zuo « Hua Xia Zi Wo Chuan Bo de Li Lun Jian Gou »

(La réinterprétation de la civilisation chinoise dans la perspective de la communication vers l'intérieur — l'examen du nouvel ouvrage du professeur Xie Qingguo intitulé « La construction théorique de l'autocommunication chinoise »),” *Beijing, China : Journal of Education and Media Studies*, 04, pp. 60–63.

Ressources numériques :

Agro alimentaire en Chine. *La Nourriture en Chine : Une aubaine pour la cuisine française* [en ligne]. Publié le 16 mai 2023 [consulté le 11 juin 2023]. Disponible sur : <https://marketing-chine.com/la-nourriture-en-chine>.

Bastid-Bruguère, M. *la France et la Chine : itinéraire d'une rencontre* (partie 1) [en ligne]. BNF. Consulté le 03 décembre 2021. Disponible sur : <https://heritage.bnf.fr/france-chine/fr/editorial>.

China Embassy. *Xi Jinping assiste à la cérémonie d'ouverture de la conférence annuelle des Instituts Confucius et des salles de classe Confucius du Royaume-Uni* [en ligne]. Publié le 23 octobre 2015 [consulté le 14 octobre 2022]. Disponible sur : http://se.china-embassy.gov.cn/wjdt/201510/t20151023_2916056.htm.

David Pauget. *Le rôle trouble des instituts Confucius, accusés d'être des « outils de propagande » chinois* [En ligne]. L'Express. Publié le 14 août 2020 [consulté le 15 septembre 2023]. Disponible sur : https://www.lexpress.fr/monde/amerique/le-role-trouble-des-instituts-confucius-accuses-d-etre-des-outils-de-propagande-chinois_2132907.html.

Edward W.Saïd. *Traveling theory* [en ligne]. Books Google. Consulté le 25 avril 2022. Disponible sur : https://books.google.fr/books?hl=fr&lr=&id=BQPZAQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA114&dq=traveling+theory+saïd&ots=IHYVCJQuMs&sig=4qoMPaa7PhyB8rzUIJYesAYpXNI&redir_esc=y#v=onepage&q=traveling%20theory%20saïd&f=false.

Farrah Bérubé, Caroline Bouchard, Caterine Bourassa-Dansereau. *Communication internationale et interculturelle : mondialisation et dimensions politiques* [en ligne]. Communiquer. Consulté le 28 septembre 2023. Disponible sur : <https://journals.openedition.org/communiquer/2240>.

Fei Han. *Ji Lu Pian “Chai Mi You Yan Zhi Shang” Guo Ji Chuan Bo de Guan Nian Yu Lu Jing Chuang Xin (Concepts et innovations de la diffusion internationale du documentaire “Au-delà du riz et du sel”)*. The Paper. Publié le 09 octobre 2021 [consulté le 22 avril 2023]. Disponible sur : https://www.thepaper.cn/newsDetail_forward_14826647.

France Diplomatie. *Les instituts culturels franco-allemands : une illustration de la coopération culturelle entre la France et l'Allemagne* [en ligne]. Consulté le 11 juin 2023. Disponible sur : <https://www.diplomatie.gouv.fr/fr/dossiers-pays/allemande/relation-bilaterales/le-traite-d-aix-la-chapelle-sur-la-cooperation-et-l-integration-franco-allemands-une-illustration-de-la-cooperation>.

Francis P. Sempa. *How a British Historian and Hungarian Writer Predicted the Soviet Fall and China's Rise* [en ligne]. The Diplomat. Mis en ligne le 27 janvier 2018 [consulté le 13 avril 2023]. Disponible sur : <https://thediplomat.com/2018/01/how-a-british-historian-and-hungarian-writer-predicted-the-soviet-fall-and-chinas-rise/>.

Guibert N. *Les Instituts Confucius en France, de si discrets relais chinois* [en ligne]. Le Monde. Publié le 08 juillet 2021, mis à jour le 08 juillet 2021 [consulté le 12 février 2023]. Disponible sur :

https://www.lemonde.fr/international/article/2021/07/08/les-instituts-confucius-en-france-de-s-i-discrets-relais-chinois_6087437_3210.html.

Hu, Y. *Explaining Chinese culture “going global”* [en ligne]. China Internet Information Center. Publié le 23 juillet 2015 [consulté le 6 avril 2023]. Disponibilité sur : http://www.china.org.cn/opinion/2015-07/23/content_36130122_2.htm.

Huaijin Nan. *Reconstruire la confiance culturelle des Chinois* [En ligne]. Hengnan Academy. Publié le premier janvier 2023 [consulté le 22 avril 2023]. Disponible sur : <https://mp.weixin.qq.com/s/32HUIhoKpZT4NctdlerLjg>.

INSEE. *La participation citoyenne : comment ça marche ?* [en ligne]. Site participation-citoyenne.gouv.fr. Consulté le 28 avril 2023. Disponible sur : <https://www.insee.fr/fr/statistiques/5432487?sommaire=5435421>.

Jin Meishan. *Demande de fermeture des Instituts Confucius en France : des personnalités françaises s’élèvent contre l’infiltration du Parti communiste chinois* [en ligne]. Vision Times. Publié le 23 octobre 2022 [consulté le 25 avril 2023]. Disponible sur <https://www.visiontimes.fr/actualite/france/demande-fermeture-instituts-confucius-france-personnalites-francaises-elevent-contre-infiltration-parti-communiste-chinois>.

Le Quotidien du Peuple. *Enquête : la cuisine chinoise au 2ème rang préférée par les Français* [en ligne]. Le Quotidien du Peuple. Publié le 9 octobre 2016 [consulté le 11 juin 2023]. Disponible sur : <http://french.peopledaily.com.cn/Culture/n3/2016/10/09/c31358-9124350.html>.

Louise Chappe. *Manifestation contre l’implantation de l’entreprise Huawei à Brumath et les Instituts Confucius jeudi* [en ligne]. Rue89 Strasbourg. Publié le 16 mars 2021 [consulté le 10 décembre 2021]. Disponible sur <https://www.rue89strasbourg.com/manifestation-contre-limplantation-de-lentreprise-huawei-a-brumath-et-les-instituts-confucius-jeudi-202772>.

Mencius. *Jin Xin Shang* [en ligne]. Pin Shiwen. Mis à jour le 12 février 2019 [consulté le 18 novembre 2021]. Disponible sur : <https://www.pinshiwen.com/wenfu/guwen/201902122677.html>.

Nashidil R. *Instituts Confucius : La langue et la culture comme outils de l’influence de la Chine dans le monde* [en ligne], Encyclopédie d’histoire numérique de l’Europe. Mis en ligne le 23 juin 2020 [consulté le 13 avril 2023]. Disponible sur : <https://ehne.fr/fr/node/14358>.

M. R. *Une matinée au cœur de la culture chinoise à Carnot* [en ligne]. Nice-Matin. Publié et mis à jour le 22 novembre 2019 [consulté le 25 avril 2022]. Disponible sur : <https://www.nicematin.com/vie-locale/une-matinee-au-coeur-de-la-culture-chinoise-a-carnot-433428>.

Nashidil R. *Instituts Confucius* [en ligne]. Encyclopédie d’histoire numérique de l’Europe. Mis en ligne le 23 juin 2020 [consulté le 13 avril 2023]. Disponible sur : <https://ehne.fr/fr/node/14358>.

Nathalie Silbert. *Soft power à la chinoise* [En ligne]. Les Échos. Publié le 10 septembre 2019 [consulté le 15 septembre 2023]. Disponible sur : <https://www.lesechos.fr/monde/chine/soft-power-a-la-chinoise-1130247>.

Pauline, *Le Nouvel An Chinois à Grasse* [en ligne]. Fréquence Sud. Publié le 23 janvier 2023 [consulté le 25 avril 2023]. Disponible sur : https://www.frequence-sud.fr/art-89133-_le_nouvel_an_chinois_a_grasse_grasse.

Philippe Grangereau. *Chut ! La Chine devient la deuxième puissance économique mondiale* [en ligne]. Libération. Publié le 15 février 2011 [consulté le 26 juillet 2022]. Disponible sur : https://www.liberation.fr/futurs/2011/02/15/chut-la-chine-devient-la-deuxieme-puissance-economique-mondiale_714968/.

Rozenn Morgat. *À Arras, la discrète emprise chinoise sur la vie universitaire* [En ligne]. Le Figaro. Publié le 03 novembre 2021, mis à jour le 04 novembre 2021 [consulté le 15

septembre 2023]. Disponible sur :
<https://www.lefigaro.fr/actualite-france/l-institut-confucius-en-operation-seduction-a-l-univers-ite-d-artois-20211103>.

Vivre en ville. *Localisation des activités*. Collectivités Viables.org. Publié le 02 décembre 2013 [consulté le 09 mai 2023]. Disponible sur :
<https://collectivitesviables.org/articles/localisation-des-activites.aspx>.

Wang Bo. *Zhong Guo Wen Hua De Yi Ti He Duo Yuan (L'unité et la diversité de la culture chinoise)* [en ligne]. Forum du Peuple. Publié le 04 août 2007 [consulté le 20 avril 2023]. Disponible sur : <http://www.rmlt.com.cn/2017/0804/488077.shtml>.

Xiaofeng Wang. *Intangible cultural heritage promotes global cultural diversity and vibrancy* [En ligne]. CGTN. Publié le 19 juin 2023 [consulté le 17 septembre 2023]. Disponible sur : <https://news.cgtn.com/news/2023-06-15/Significance-of-intangible-cultural-heritage-to-Chinese-civilization-1kDmOCagfwA/index.html>.

Yanwei Wang. *Les Instituts Confucius : Exploration et pratique de la gouvernance culturelle mondiale* [En ligne]. Confucius Institute Global Academic Information Database. Publié le 06 août 2019 [consulté le premier octobre 2023]. Disponible sur : <http://www.ccis.sdu.edu.cn/info/1009/3069.htm>.

Table des annexes

Annexe 1 : Le protocole de l'entretien

1. Remerciement

Je vous remercie grandement d'avoir accepté cet entretien qui durera environ une demi-heure.

2. Se présenter

Je m'appelle HAN Xue, doctorante en science de l'*Information et de la Communication* au Laboratoire TransitionS à l'université Côte d'Azur. Mon sujet de thèse porte sur la valorisation du patrimoine chinois en France : les Instituts Confucius et leur communication. L'objectif de cet entretien est de connaître votre point de vue par rapport à la culture chinoise et aux activités culturelles des Instituts Confucius, plus précisément par rapport à l'évaluation de votre expérience avec les activités culturelles des Instituts Confucius ainsi qu'au rôle des IC dans votre démarche pour mieux comprendre la culture chinoise.

3. Donner des consignes

Si vous êtes d'accord, l'entretien sera enregistré à l'aide d'un dictaphone ou de l'application Zoom. Vous pouvez être assuré(e) que l'enregistrement sera détruit dès la fin de son traitement. L'entretien est anonyme et l'anonymat de votre discours sera totalement préservé.

Au cours de cet entretien, je vous poserai des questions que j'ai préparées. Vous pourrez parler librement, me dire tout ce qui vous passe par la tête. Il n'y a pas de bonnes ou mauvaises réponses. Ce que je désire connaître, c'est votre expérience et vos avis réels. En somme, j'ai tout à apprendre de vous.

Si je ne me fais pas bien comprendre lorsque je pose des questions, n'hésitez pas à me le signaler. Avez-vous des questions avant que nous ne commencions l'entretien ?

4. Entretien

5. Remerciements pour l'interviewé(e)

Je vous remercie sincèrement pour le temps que vous m'avez consacré. Si cela vous intéresse, je vous ferai un retour quand j'aurai terminé ma thèse.

Annexe 2 : La grille d'entretien

Objectif de la recherche	
<p>L'objectif est d'identifier les actions de communication les plus efficaces que les IC doivent adopter dans les activités culturelles afin de mieux accompagner les Français dans leur compréhension de la culture chinoise et de vérifier les hypothèses suivantes :</p> <p>Hypothèse 1 : Les activités culturelles organisées par les IC en France mettent principalement l'accent sur la culture chinoise traditionnelle, en se focalisant particulièrement sur le patrimoine culturel immatériel.</p> <p>Hypothèse 2 : La localisation des activités culturelles (par exemple, l'adaptation du contenu à un contexte culturel français spécifique, l'inclusion d'éléments modernes et diversifiés liés aux besoins culturels des Français, la co-construction du sens des activités à partir de points communs culturels, et la réalisation d'activités dans divers espaces publics) facilite la compréhension de la culture chinoise par les Français.</p> <p>Hypothèse 3 : Bien que les IC jouent un rôle important dans la communication de la culture chinoise en France, leur impact est limité. Ce rôle pourrait être amplifié si une stratégie de relocalisation est adoptée, permettant une meilleure adaptation des activités aux contextes et besoins locaux.</p>	
Critères pour choisir les participants interviewés	
1. Affiliation aux IC : Les participants doivent être des membres actifs ou anciens d'un IC pour assurer une familiarité avec le fonctionnement, les objectifs et les activités de l'organisation.	
2. Expérience des activités culturelles : Les interviewés ont de profils différents en termes de situation personnelle et d'expérience avec les activités culturelles organisées par un IC, ce qui garantit une diversité de données.	
3. Connaissance des IC ou de leurs activités : Les participants doivent au minimum avoir une connaissance préalable des activités culturelles proposées par les IC, même s'ils n'y ont pas participé. Cela permettra d'inclure une gamme de perspectives, y compris celles qui pourraient être plus critiques ou qui pourraient identifier des obstacles à la participation.	
Guide d'entretien pour les directeurs interviewés	
Thèmes	Questions
Familiarisation avec les Activités Culturelles des IC	<p>1. Avez-vous déjà participé aux activités culturelles organisées par un IC ?</p> <p>2. Comment avez-vous découvert les activités des IC ?</p> <p>3. À quelle fréquence participez-vous aux activités culturelles proposées par les IC ?</p>
Perception de la culture chinoise	<p>4. Comment percevez-vous la culture chinoise ? Pouvez-vous citer des éléments qui vous viennent à l'esprit ?</p> <p>5. Pensez-vous que les activités des Instituts Confucius représentent fidèlement la culture chinoise ? Pourquoi ou pourquoi pas ?</p>
Expérience et motivations	<p>6. Qu'est-ce qui vous a motivé à participer aux activités culturelles des Instituts Confucius ?</p> <p>7. Pourriez-vous partager une expérience marquante ou significative que vous avez vécue lors d'une de ces activités ?</p>
Évaluation des activités culturelles des IC	<p>8. Quels éléments considérez-vous importants dans la réussite d'une activité culturelle (par exemple, le contenu, l'intervenant, la forme d'activité, la date, le lieu...) ?</p> <p>9. Avez-vous des suggestions spécifiques pour améliorer les activités culturelles proposées par les Instituts Confucius ?</p>

Communication interculturelle	<p>10. Est-ce que votre perception de la culture chinoise a changé ou évolué suite à votre participation aux activités culturelles des Instituts Confucius ? Si oui, citez des exemples concrets.</p> <p>11. Comment évaluez-vous l'influence des Instituts Confucius sur votre appréciation et compréhension de la culture chinoise ? Estimez-vous que votre participation aux activités des Instituts Confucius a enrichi votre compréhension de la culture chinoise ?</p>
Ouverture à l'avenir	12. Seriez-vous intéressé(e) par davantage d'engagement avec la culture chinoise à l'avenir ? Dans quel domaine en particulier ?
Informations démographiques clôture	13. À titre indicatif, pourriez-vous nous indiquer votre situation actuelle : étudiant, en emploi ou à la retraite ?
Question supplémentaire	Les médias français ont parfois avancé que les Instituts Confucius pourraient être liés à des activités d'espionnage. Lors de votre participation aux activités culturelles des Instituts Confucius, avez-vous ressenti une quelconque suspicion ou inquiétude à ce sujet ? Pourquoi ou pourquoi pas ?

Annexe 3 : La transcription des entretiens

Transcription de l'entretien 1 (ICCA)	
Questions	Participante ICCA retraitée
1. Avez-vous déjà participé aux activités culturelles organisées par un Institut Confucius ?	Oui, j'ai déjà participé en assistant à des conférences et en célébrant le Nouvel An chinois en ligne.
2. Comment avez-vous découvert les activités des IC ?	Par Internet. Quand je cherchais les professeurs pour les cours de chinois et de calligraphie, je suis tombée sur l'ICCA.
3. À quelle fréquence participez-vous aux activités culturelles proposées par les IC ?	Depuis que je connais l'ICCA, je participe régulièrement à toutes les activités proposées, notamment aux conférences en ligne, car je réside dans un petit village éloigné de Nice.
4. Comment percevez-vous la culture chinoise ? Pouvez-vous citer des éléments qui vous viennent à l'esprit ?	La culture chinoise est l'une des plus riches et des plus anciennes civilisations du monde. Elle a apporté des contributions indispensables à l'humanité et continue de le faire. Cette civilisation est dotée d'une grande richesse de penseurs, d'architectes et de subtilités. Bien que je n'aie pas encore eu la chance de visiter la Chine, j'ai visité le Vietnam, qui a été influencé par la culture chinoise. J'ai été fascinée par le raffinement extraordinaire de cette culture. J'ai également eu la chance de rencontrer des réfugiés vietnamiens en France, qui m'ont parlé de leur culture et de leur expérience. En discutant avec eux, j'ai pu apprécier la qualité des personnes et je suis convaincue que la civilisation chinoise est vraiment merveilleuse.
5. Pensez-vous que les activités des Instituts Confucius représentent fidèlement la culture chinoise ? Pourquoi ou pourquoi pas ?	Oui, tout est lié, je trouve. La calligraphie est liée à la peinture chinoise, liée à la philosophie, au paysage et à l'histoire. Il me semble que c'est un tout. Je me demande aussi comment vous faites avec tout ce patrimoine extraordinaire.
6. Qu'est-ce qui vous a motivé à participer aux activités culturelles des Instituts Confucius ?	Je suis très intéressée de voir comment les Chinois s'intègrent dans les communes du nouveau siècle et comment ils parviennent à intégrer leur civilisation avec la civilisation moderne en constante évolution.
7. Pourriez-vous partager une expérience marquante ou significative que vous avez vécue lors d'une de ces activités ?	La conférence de Chantal sur les pieds bandés était très intéressante. J'ai été particulièrement émerveillée par le concours de poèmes organisé lors du Nouvel An chinois en ligne. J'ai trouvé extraordinaire qu'un jeune soit capable d'écrire des poèmes en chinois aussi raffinés après seulement un an et demi d'apprentissage, sachant que le chinois est une langue complexe. Le mode d'enseignement de l'ICCA pour apprendre le chinois est très performant et j'ai été impressionnée par le niveau atteint par les participants au concours. Le petit quiz était également très intéressant. Je me suis demandée si toutes les familles jouaient à ce petit jeu intellectuel systématiquement lors du Nouvel An ou si cela était réservé à certaines classes sociales. J'ai également apprécié les petites photos de toutes les villes de Chine, qui m'ont donné un aperçu de l'environnement. Comme je ne connais pas la plupart des villes présentées, j'ai trouvé cela extraordinaire et j'ai envie d'en savoir plus.

<p>8. Quels éléments considérez-vous importants dans la réussite d'une activité culturelle? (par exemple, le contenu, l'intervenant, la forme d'activité, la date, le lieu...)</p>	<p>Je suis intéressée par toutes les activités proposées, et j'attache une grande importance à l'horaire et au lieu de l'événement. Si l'activité se déroule en présentiel, je préfère qu'elle ait lieu en journée. Si elle a lieu en soirée, il est possible de la réaliser en ligne. En ce qui concerne les activités en présentiel, je préfère qu'elles soient situées en centre-ville, afin que le plus grand nombre de personnes puisse y accéder. Enfin, il est sûr que l'ICCA doit choisir ses intervenants.</p>
<p>9. Avez-vous des suggestions spécifiques pour améliorer les activités culturelles proposées par les Instituts Confucius ?</p>	<p>Il serait pas mal de proposer des activités culturelles en dehors de l'ICCA afin de permettre à un plus grand nombre de personnes de découvrir la culture chinoise.</p>
<p>10. Est-ce que votre perception de la culture chinoise a changé ou évolué suite à votre participation aux activités culturelles des Instituts Confucius ? Si oui, citez des exemples concrets.</p>	<p>Ces activités ont renforcé ma perception de la culture chinoise. Voyez, je suis une grande femme du Nouvel An chinois. J'adore le Nouvel An chinois. Ma grande joie, tous les ans, je vais à Paris dans le treizième arrondissement, je prends un hôtel, j'assiste à toutes les festivités du Nouvel An chinois. C'est ma joie, donc je passe des moments merveilleux parce qu'il y a des expositions extraordinaires. Dans la mairie du treizième, il font énormément. Il y a des expositions avec le gouvernement chinois, l'exposition de photographies, l'exposition de sculptures, l'exposition de sceaux, j'ai beaucoup appris, je me suis beaucoup régalée. Il y a de petits ateliers. Il y a toute l'ambiance, vous avez tout à choisir. Je ne sais pas si vous connaissez sûrement, tout est pavoisé avec des lampions avec tout. Écoutez, on se croirait en Chine. Il y a le réveil du lion pour le Nouvel An. c'est la possibilité donc qui avec un petit bâton, on réveille la région que c'est la nouvelle année, écoutez, c'est sensationnel. Il y a des orchestres, des tambours. C'est un enchantement. Cela serait vraiment pas mal de faire quelque chose comme ça à Nice.</p>
<p>11. Comment évaluez-vous l'influence des Instituts Confucius sur votre appréciation et compréhension de la culture chinoise ? Estimez-vous que votre participation aux activités des Instituts Confucius a enrichi votre compréhension de la culture chinoise ?</p>	<p>La culture contemporaine chinoise, je ne la connais pas beaucoup et c'est pour ça que je suis des conférences parce que j'ai beaucoup à apprendre. Lors d'une conférence en ligne organisée par l'ICCA, j'ai écouté la Saint-Valentin à la chinoise (Qixi) et j'ai ainsi pu avoir un aperçu de la Chine moderne. Sinon, on n'en voit que ce que peut nous en dire la télévision mais pour moi ce n'est pas grand chose et je préfère entendre de la bouche des Chinoises et des Chinois.</p>
<p>12. Seriez-vous intéressé(e) par davantage d'engagement avec la culture chinoise à l'avenir ? Dans quel domaine en particulier ?</p>	<p>Je vais vous le dire. Tout m'intéresse de la Chine. Franchement, c'est tout.</p>
<p>13. À titre indicatif, pourriez-vous nous indiquer votre situation actuelle : étudiant, en emploi ou à la retraite ?</p>	<p>Je suis retraitée.</p>

Transcription de l'entretien 2 ICCA	
Questions	Participant ICCA retraitée
1. Avez-vous déjà participé aux activités culturelles organisées par un Institut Confucius ?	Oui, j'ai déjà participé à beaucoup d'activités. Par exemple, les fêtes du Nouvel An lunaire au Parc Phoenix, la gastronomie avec la fabrication des Zongzi au restaurant Festin d'Asie, le concours de poésie auquel j'ai participé (cela m'a stimulé l'esprit poétique) ainsi que le concert de musique traditionnelle à Valrose.
2. Comment avez-vous découvert les activités des IC ?	Par des professeurs de chinois. J'ai eu envie d'apprendre le chinois. D'abord, je me suis adressée à l'association Chine Horizon qui était assez cher et après je suis allée faire les cours en auditeur libre à la faculté de lettres chez Madame Xiaomin et de là j'ai entendu dire qu'il y avait l'ICCA. Je crois que peut-être à Monaco aussi. Madame Wang, présidente de l'association Monaco Chine nous en a également parlé.
3. À quelle fréquence participez-vous aux activités culturelles proposées par les IC ?	Quand il y avait des conférences. j'ai toujours participé. Chaque fois je participe quand je peux.
4. Comment percevez-vous la culture chinoise ? Pouvez-vous citer des éléments qui vous viennent à l'esprit ?	La Chine dispose d'un patrimoine extrêmement riche. Elle rivalise même avec la Grèce et l'Italie en termes de richesse culturelle. Déjà toute petite, j'aimais la Chine et j'avais même des papiers en chinois dans ma chambre quand j'avais 9 ans et plus tard, j'ai compris que j'étais chinoise dans une autre vie.
5. Pensez-vous que les activités des Instituts Confucius représentent fidèlement la culture chinoise ? Pourquoi ou pourquoi pas ?	Il existe de nombreuses activités liées à la culture traditionnelle que j'apprécie, mais je ne connais pas suffisamment la vie des jeunes Chinois actuels en Chine. Nous n'avons pas encore eu de conférences à ce sujet.
6. Qu'est-ce qui vous a motivé à participer aux activités culturelles des Instituts Confucius ?	Comme j'apprends déjà le chinois avec Madame Wang. C'est surtout pour apprendre la culture chinoise. Je suis passionnée pour apprendre ça.
7. Pourriez-vous partager une expérience marquante ou significative que vous avez vécue lors d'une de ces activités ?	J'apprécie le concert de Guzhenng donné par une jeune artiste dont la mère est chinoise et le père est alsacien parce que j'aime la musique.
8. Quels éléments considérez-vous importants dans la réussite d'une activité culturelle? (par exemple, le contenu, l'intervenant, la forme d'activité, la date, le lieu...)	J'ai assisté à une journée de présentation de Confucius à Sophia Antipolis. La possibilité de se garer facilement avec la voiture était pratique. La date du week-end a été bien choisie. Pour le contenu, je suis intéressée par tout le contenu proposé. De plus, le repas convivial à l'occasion d'une fête, ou simplement prendre un café ou un thé, est très sympathique car cela permet d'échanger avec les autres participants. Même si lors de la conférence, il n'est pas possible de parler, il est important de pouvoir échanger avec les autres étudiants chinois présents pour cette occasion.

<p>9. Avez-vous des suggestions spécifiques pour améliorer les activités culturelles proposées par les Instituts Confucius ?</p>	<p>Je pense qu'il doit améliorer la communication. En tant que passionnée, je cherche des activités alors que les Niçois ne savent pas toujours où chercher, donc il est important de faire une véritable campagne de communication pour améliorer le taux de participation en invitant les Français à participer. Par exemple, chaque année à Nice, la journée des associations est organisée. Toutes les associations sont présentes, y compris l'association Chine Horizon, mais vous n'avez peut-être jamais participé pour présenter votre propre association. Les gens qui ont du temps prennent le temps de regarder et de s'inscrire. Il y a également la Maison des Associations à Garibaldi, où de nombreuses associations déposent leurs flyers. Les réseaux sociaux sont très importants pour la jeune génération, mais pour les personnes de mon âge, nous avons beaucoup de temps mais nous ne sommes pas très présents sur les réseaux sociaux.</p>
<p>10. Est-ce que votre perception de la culture chinoise a changé ou évolué suite à votre participation aux activités culturelles des Instituts Confucius ? Si oui, citez des exemples concrets.</p>	<p>Oui, je suis passée de 0 connaissance de la culture chinoise à un certain degré.</p>
<p>11. Comment évaluez-vous l'influence des Instituts Confucius sur votre appréciation et compréhension de la culture chinoise ? Estimez-vous que votre participation aux activités des Instituts Confucius a enrichi votre compréhension de la culture chinoise ?</p>	<p>L'ICCA m'a permis de découvrir la culture chinoise, en plus du « bouquet chinois » (13 chaînes chinoises auxquelles je suis abonnée). Cela a été très positif pour moi.</p>
<p>12. Seriez-vous intéressé(e) par davantage d'engagement avec la culture chinoise à l'avenir ? Dans quel domaine en particulier ?</p>	<p>J'aimerais en particulier assister à une conférence sur des acteurs chinois très connus, ainsi que sur des chanteurs chinois, et pas seulement sur des films. Je voudrais aussi découvrir la musique moderne, la peinture moderne (pas seulement la calligraphie) et la littérature, par exemple, la vie de Pearl Buck, lauréate du Prix Nobel de littérature.</p>
<p>13. À titre indicatif, pourriez-vous nous indiquer votre situation actuelle : étudiant, en emploi ou à la retraite ?</p>	<p>Je suis retraitée.</p>

Transcription de l'entretien 3 (ICCA)

Questions	Participant ICCA étudiant
1. Avez-vous déjà participé aux activités culturelles organisées par un Institut Confucius ?	Non, par contre j'avais déjà participé à l'examen HSK organisé par l'ICCA.
2. Comment avez-vous découvert les activités des IC ?	Par des professeurs de chinois à la faculté des lettres. Elles nous en ont parlé.
3. À quelle fréquence participez-vous aux activités culturelles proposées par les IC ?	Pas beaucoup.
4. Comment percevez-vous la culture chinoise ? Pouvez-vous citer des éléments qui vous viennent à l'esprit ?	La Chine dispose d'un patrimoine culturel très varié : il y a eu des choses importantes qui ont été créées dans pas mal de domaines. Je sais que par exemple ils ont inventé la boussole. Il y a beaucoup de mouvements de peinture qui sont très intéressants et la musique aussi, il y a beaucoup d'instruments chinois uniques.
5. Pensez-vous que les activités des Instituts Confucius représentent fidèlement la culture chinoise ? Pourquoi ou pourquoi pas ?	Oui, mais il peut aussi ajouter d'autres choses. Il y a des cultures chinoises, non pas une ou quelques cultures chinoises.
6. Qu'est-ce qui vous a motivé à participer aux activités culturelles des Instituts Confucius ?	Je parle du point de vue linguistique. Le chinois est très différent du français. Ça me plaît un peu de découvrir. Les langues avec une base latine comme l'italien ou l'espagnol ou le roman, je ne me plais pas vraiment parce que des fois il y a des similitudes mais justement ça m'ennuie parce que j'ai l'impression que je connais un peu déjà même si je ne parle pas la langue tandis que le chinois, l'écriture n'est pas pareille. Même les prononciations ne sont pas les mêmes et le système grammatical est totalement différent. Donc j'ai tout le temps l'impression de découvrir quelque chose. En plus, son histoire et son patrimoine m'impressionnent beaucoup.
7. Pourriez-vous partager une expérience marquante ou significative que vous avez vécue lors d'une de ces activités ?	Il n'a pas d'expérience en particulier. Non, c'est plutôt de manière générale.
8. Quels éléments considérez-vous importants dans la réussite d'une activité culturelle? (par exemple, le contenu, l'intervenant, la forme d'activité, la date, le lieu...)	La forme ça peut être bien de travailler plusieurs choses différentes mais je pense que surtout le contenu et l'intervenant sont les plus importants. Si la personne est passionnée par le contenu, ça me passionne aussi.
9. Avez-vous des suggestions spécifiques pour améliorer les activités culturelles proposées par les Instituts Confucius ?	Il est possible d'organiser des sessions de révision en groupe pour l'examen HSK, ce qui peut être bénéfique pour de nombreux apprenants s'ils sont accompagnés d'un professeur. De plus, il peut être intéressant de discuter des penseurs chinois ou d'autres sujets similaires, mais cela reste une suggestion personnelle.

<p>10. Est-ce que votre perception de la culture chinoise a changé ou évolué suite à votre participation aux activités culturelles des Instituts Confucius ? Si oui, citez des exemples concrets.</p>	<p>J'ai appris que la langue chinoise n'est pas si compliquée que ce que les gens disent. Chaque fois que j'apprends des choses, ça change un petit peu dans la perspective.</p>
<p>11. Comment évaluez-vous l'influence des Instituts Confucius sur votre appréciation et compréhension de la culture chinoise ? Estimez-vous que votre participation aux activités des Instituts Confucius a enrichi votre compréhension de la culture chinoise ?</p>	<p>Les IC seront pour moi une bonne porte d'entrée pour apprendre le chinois et la culture chinoise.</p>
<p>12. Seriez-vous intéressé(e) par davantage d'engagement avec la culture chinoise à l'avenir ? Dans quel domaine en particulier ?</p>	<p>Je voudrais avoir des séjours linguistiques ou des échanges avec des Chinois.</p>
<p>13. À titre indicatif, pourriez-vous nous indiquer votre situation actuelle : étudiant, en emploi ou à la retraite ?</p>	<p>Je suis étudiant.</p>

Transcription de l'entretien 4 (ICCA)	
Questions	Participante ICCA étudiante
1. Avez-vous déjà participé aux activités culturelles organisées par un Institut Confucius ?	Oui, j'ai déjà participé à des activités culturelles.
2. Comment avez-vous découvert les activités des IC ?	C'est par le personnel de l'ICCA que j'ai découvert les activités de l'ICCA.
3. À quelle fréquence participez-vous aux activités culturelles proposées par les IC ?	J'ai participé régulièrement aux activités culturelles organisées par l'ICCA lorsque j'étais à Nice.
4. Comment percevez-vous la culture chinoise ? Pouvez-vous citer des éléments qui vous viennent à l'esprit ?	La culture chinoise est riche en histoire, littérature, philosophie...
5. Pensez-vous que les activités des Instituts Confucius représentent fidèlement la culture chinoise ? Pourquoi ou pourquoi pas ?	Les activités culturelles de l'ICCA ne reflètent qu'une partie superficielle de la culture chinoise, souvent réduite à des événements tels que le Nouvel An chinois, qui sont perçus de manière stéréotypée par les étrangers.
6. Qu'est-ce qui vous a motivé à participer aux activités culturelles des Instituts Confucius ?	La participation aux activités culturelles de l'ICCA m'a donné l'opportunité de découvrir la culture chinoise de manière générale.
7. Pourriez-vous partager une expérience marquante ou significative que vous avez vécue lors d'une de ces activités ?	Le séjour d'été à Tianjin organisé par l'ICCA m'a fascinée et c'est là où j'ai eu un coup de foudre pour la culture chinoise.
8. Quels éléments considérez-vous importants dans la réussite d'une activité culturelle? (par exemple, le contenu, l'intervenant, la forme d'activité, la date, le lieu...)	D'abord, la présentation de la culture chinoise est un élément clé pour réussir une activité culturelle. Ensuite, il est préférable d'organiser des événements en fonction des dates festives chinoises tout au long de l'année. Enfin, l'intervenant joue également un rôle crucial en partageant ses expériences personnelles et en évitant de simplement copier-coller des informations à partir de livres.
9. Avez-vous des suggestions spécifiques pour améliorer les activités culturelles proposées par les Instituts Confucius ?	Il est important d'intégrer du contenu sur l'histoire, la littérature et la philosophie pour mieux comprendre la culture chinoise. Cette culture ne se résume pas seulement à des fêtes traditionnelles ou à la cuisine telle que les raviolis. J'espère qu'il y aura un IC à Besançon où je fais mes études.
10. Est-ce que votre perception de la culture chinoise a changé ou évolué suite à votre participation aux activités culturelles des Instituts Confucius ? Si oui, citez des exemples concrets.	Ma perception de la culture chinoise a évolué grâce à ma participation aux activités culturelles de l'ICCA, ainsi qu'à ma formation en littérature chinoise lors de ma licence.

<p>11. Comment évaluez-vous l'influence des Instituts Confucius sur votre appréciation et compréhension de la culture chinoise ? Estimez-vous que votre participation aux activités des Instituts Confucius a enrichi votre compréhension de la culture chinoise ?</p>	<p>Cela dépend de l'objectif des IC. S'ils visent à faire découvrir la culture chinoise, ils ont accompli leur mission. Toutefois, s'ils cherchent à communiquer efficacement la culture chinoise, il y a encore des améliorations à apporter. Ma participation aux activités culturelles de l'ICCA a enrichi la compréhension de la culture chinoise au début de mon apprentissage, mais avec le temps, ça n'a plus été suffisant.</p>
<p>12. Seriez-vous intéressé(e) par davantage d'engagement avec la culture chinoise à l'avenir ? Dans quel domaine en particulier ?</p>	<p>Je serai intéressée par l'histoire, la littérature et la philosophie chinoise. En effet, je voudrais devenir enseignante de français en Chine.</p>
<p>13. À titre indicatif, pourriez-vous nous indiquer votre situation actuelle : étudiant, en emploi ou à la retraite ?</p>	<p>Je suis étudiante.</p>

Transcription de l'entretien 5 (ICCA)	
Questions	Participante ICCA employée et ancienne étudiante
1. Avez-vous déjà participé aux activités culturelles organisées par un Institut Confucius ?	Oui, j'ai assisté à la projection d'un film chinois dans une salle de cinéma.
2. Comment avez-vous découvert les activités des IC ?	En tant qu'adhérente, je reçois des invitations par e-mail pour participer aux activités.
3. À quelle fréquence participez-vous aux activités culturelles proposées par les IC ?	Très peu. En fait, il y a eu très peu d'activités disponibles pendant et après la pandémie et les horaires proposés en semaine ne me convenaient pas vraiment.
4. Comment percevez-vous la culture chinoise ? Pouvez-vous citer des éléments qui vous viennent à l'esprit ?	La culture chinoise est très large, chaque province et chaque région ayant sa propre culture. Les festivals, la cuisine et les arts martiaux m'intéressent beaucoup.
5. Pensez-vous que les activités des Instituts Confucius représentent fidèlement la culture chinoise ? Pourquoi ou pourquoi pas ?	Je n'ai pas fait beaucoup d'activités mais pour moi, ça donne un regard sur la culture chinoise mais en tant qu'adhérente, j'aurais bien aimé avoir plus d'activités sur la culture chinoise.
6. Qu'est-ce qui vous a motivé à participer aux activités culturelles des Instituts Confucius ?	C'est dans le but de pratiquer le chinois et d'en apprendre davantage sur la Chine.
7. Pourriez-vous partager une expérience marquante ou significative que vous avez vécue lors d'une de ces activités ?	Non, pas vraiment.
8. Quels éléments considérez-vous importants dans la réussite d'une activité culturelle? (par exemple, le contenu, l'intervenant, la forme d'activité, la date, le lieu...)	La forme d'activité est pour moi le critère le plus important. Je préfère les ateliers qui encouragent la participation des participants, peu importe le sujet abordé. Ensuite, l'intervenant est important, il est essentiel qu'il soit là pour échanger et donner la parole aux participants intéressés pour les impliquer dans l'activité. Enfin, un atelier qui se déroule le week-end à 10 heures du matin serait idéal.
9. Avez-vous des suggestions spécifiques pour améliorer les activités culturelles proposées par les Instituts Confucius ?	Il serait bien d'organiser des activités plus fréquemment, par exemple toutes les deux semaines ou une fois par mois.

<p>10. Est-ce que votre perception de la culture chinoise a changé ou évolué suite à votre participation aux activités culturelles des Instituts Confucius ? Si oui, citez des exemples concrets.</p>	<p>Ma compréhension de la culture chinoise n'a pas changé, mais elle s'est approfondie.</p>
<p>11. Comment évaluez-vous l'influence des Instituts Confucius sur votre appréciation et compréhension de la culture chinoise ? Estimez-vous que votre participation aux activités des Instituts Confucius a enrichi votre compréhension de la culture chinoise ?</p>	<p>Ces activités sont utiles. En tant qu'étudiante, je trouve qu'elles me permettent d'apprendre des choses que je ne peux pas acquérir en classe.</p>
<p>12. Seriez-vous intéressé(e) par davantage d'engagement avec la culture chinoise à l'avenir ? Dans quel domaine en particulier ?</p>	<p>Bien sûr, je suis toujours intéressée par la langue chinoise et la Chine. Je vais continuer à apprendre et renouveler mon adhésion à l'ICCA ainsi que m'inscrire aux cours proposés.</p>
<p>13. À titre indicatif, pourriez-vous nous indiquer votre situation actuelle : étudiant, en emploi ou à la retraite ?</p>	<p>Je suis employée.</p>

Transcription de l'entretien 6 (ICA)	
Questions	Participante ICA retraitée
1. Avez-vous déjà participé aux activités culturelles organisées par un Institut Confucius ?	Oui, j'ai participé aux célébrations du Nouvel An chinois ainsi qu'aux différentes conférences et ateliers proposés.
2. Comment avez-vous découvert les activités des IC ?	Par Internet. Je m'étais inscrite dans l'université populaire dans la petite ville où j'habite, on n'était que deux élèves, et donc les cours étaient annulés. J'ai regardé sur Internet comment apprendre le chinois. Je suis tombée sur le site de l'ICA.
3. À quelle fréquence participez-vous aux activités culturelles proposées par les IC ?	Je ne participe pas assez. En fait, il y a des conférences qui m'intéressent mais comme c'est le soir et que moi je n'habite pas à Strasbourg. Je n'ai pas été. J'ai souvent le problème des horaires qui me rebute mais dès qu'il y a le Nouvel An chinois, je participe activement parce que je chante des chansons en chinois. Donc dès que je peux, oui mais pas assez.
4. Comment percevez-vous la culture chinoise ? Pouvez-vous citer des éléments qui vous viennent à l'esprit ?	La culture chinoise est riche. J'aime la culture traditionnelle. Par exemple à Pékin, il y avait beaucoup de <i>Hutong</i> (ruelles) mais maintenant ça pousse comme à New York au niveau des buildings et c'est trop dommage. Il faut garder ce patrimoine qui est trop beau et magnifique.
5. Pensez-vous que les activités des Instituts Confucius représentent fidèlement la culture chinoise ? Pourquoi ou pourquoi pas ?	Oui, l'IC organise beaucoup d'activités pour communiquer la culture chinoise traditionnelle même pendant le confinement. Il y a beaucoup de choses qui sont en ligne. On ne fait pas en présentiel mais les cours continuent et on continue à parler de la culture.
6. Qu'est-ce qui vous a motivé à participer aux activités culturelles des Instituts Confucius ?	Sur Alsace, l'ICA est le seul endroit que je connaisse. Il n'y en a pas d'autres pour aller voir la culture chinoise.
7. Pourriez-vous partager une expérience marquante ou significative que vous avez vécue lors d'une de ces activités ?	J'ai beaucoup aimé un atelier de peinture chinoise.
8. Quels éléments considérez-vous importants dans la réussite d'une activité culturelle? (par exemple, le contenu, l'intervenant, la forme d'activité, la date, le lieu...)	D'abord, le contenu est le plus important. J'aime la peinture, la langue, la gastronomie et la médecine chinoises. Ensuite, c'est la forme d'activité. La conférence ou les ateliers me vont bien. Enfin, ça va être l'horaire. Les week-ends, ce serait plus facile pour moi.

<p>9. Avez-vous des suggestions spécifiques pour améliorer les activités culturelles proposées par les Instituts Confucius ?</p>	<p>Il doit améliorer la communication. D'un côté, je trouve que leur site pourrait être plus interactif, plus joyeux et plus attractif pour donner envie, par exemple, si l'on trouve sur le site qu'un Chinois donnera une conférence sur la médecine chinoise, ce sera génial. D'une autre, je ne vais pas forcément sur le site de l'ICA parce qu'il ne sollicite pas trop. Si j'étais sollicitée par mail, j'irais plus.</p>
<p>10. Est-ce que votre perception de la culture chinoise a changé ou évolué suite à votre participation aux activités culturelles des Instituts Confucius ? Si oui, citez des exemples concrets.</p>	<p>Oui, j'ai appris qu'il existe une manière de se comporter à la chinoise qui est très respectueuse envers autrui, et nous, Occidentaux, pourrions apprendre beaucoup de la culture chinoise.</p>
<p>11. Comment évaluez-vous l'influence des Instituts Confucius sur votre appréciation et compréhension de la culture chinoise ? Estimez-vous que votre participation aux activités des Instituts Confucius a enrichi votre compréhension de la culture chinoise ?</p>	<p>J'y ai appris des chansons traditionnelles et j'ai aussi eu l'occasion d'échanger avec les animateurs. J'ai discuté avec une personne qui jouait d'un instrument traditionnel chinois, une autre personne qui faisait des pliages et une autre qui pratiquait la calligraphie.</p>
<p>12. Seriez-vous intéressé(e) par davantage d'engagement avec la culture chinoise à l'avenir ? Dans quel domaine en particulier ?</p>	<p>J'aimerais faire de la peinture mais je n'ai pas pu parce que les horaires ne me conviennent pas je suis loin de Strasbourg.</p>
<p>13. À titre indicatif, pourriez-vous nous indiquer votre situation actuelle : étudiant, en emploi ou à la retraite ?</p>	<p>Je suis retraitée.</p>

Transcription de l'entretien 7 (ICA)	
Questions	Participant ICA retraité
1. Avez-vous déjà participé aux activités culturelles organisées par un Institut Confucius ?	J'ai participé aux sorties et au Nouvel An chinois à l'ICA.
2. Comment avez-vous découvert les activités des IC ?	J'ai découvert ces activités de l'ICA parce que j'y ai appris le chinois depuis 2010.
3. À quelle fréquence participez-vous aux activités culturelles proposées par les IC ?	Je participe souvent à des activités telles que les sorties, les journées festives comme le Nouvel An chinois ou encore des conférences liées à l'histoire chinoise.
4. Comment percevez-vous la culture chinoise ? Pouvez-vous citer des éléments qui vous viennent à l'esprit ?	L'histoire de la Chine a connu de nombreuses évolutions au fil des années. Lors de mon voyage en 2005, j'ai remarqué que les Chinois sortaient souvent avec leur thermos de thé et pouvaient facilement obtenir de l'eau chaude même dans une banque. Cependant, lors de mon dernier voyage en 2019, j'ai eu plus de difficultés à trouver de l'eau chaude, même dans un restaurant. Les choses évoluent rapidement en Chine, où il est maintenant possible de prendre le train ou l'avion le même jour.
5. Pensez-vous que les activités des Instituts Confucius représentent fidèlement la culture chinoise ? Pourquoi ou pourquoi pas ?	Pour moi, l'ICA apprend surtout la langue et j'apprends la culture chinoise moi-même avec des livres comme ceux de Mo Yan, lauréat du Prix Nobel de littérature et avec des applications chinoises. De plus, la discussion avec des amis chinois via Wechat ou pendant mes voyages m'aident à mieux apprendre la culture chinoise. Par exemple, lorsque j'étais logé chez des amis chinois, ils m'ont amené à des endroits qu'on ne pouvait pas visiter si l'on ne connaissait pas un ami chinois.
6. Qu'est-ce qui vous a motivé à participer aux activités culturelles des Instituts Confucius ?	Personnellement, je m'intéresse aux différentes cultures. L'ICA m'a permis de voir comment ça se passe chez les Chinois.
7. Pourriez-vous partager une expérience marquante ou significative que vous avez vécue lors d'une de ces activités ?	Je n'ai pas eu d'expérience marquante avec l'ICA, mais mes sept voyages en Chine ont été plus significatifs pour moi.
8. Quels éléments considérez-vous importants dans la réussite d'une activité culturelle? (par exemple, le contenu, l'intervenant, la forme d'activité, la date, le lieu...)	Le contenu est le critère le plus important parce que le contenu reflète la culture. Ensuite, c'est la forme d'activités. Je préfère la conférence et la sortie. Enfin, c'est l'intervenant.

<p>9. Avez-vous des suggestions spécifiques pour améliorer les activités culturelles proposées par les Instituts Confucius ?</p>	<p>Il est important de choisir les bons professeurs et de s'assurer que les cours de chinois soient bien compris. De plus, il serait bénéfique d'organiser davantage de rencontres linguistiques, telles que le coin français-chinois.</p>
<p>10. Est-ce que votre perception de la culture chinoise a changé ou évolué suite à votre participation aux activités culturelles des Instituts Confucius ? Si oui, citez des exemples concrets.</p>	<p>Oui, mais mes expériences personnelles sont également importantes.</p>
<p>11. Comment évaluez-vous l'influence des Instituts Confucius sur votre appréciation et compréhension de la culture chinoise ? Estimez-vous que votre participation aux activités des Instituts Confucius a enrichi votre compréhension de la culture chinoise ?</p>	<p>J'ai eu la possibilité de rencontrer d'autres gens et de mettre en application ce qu'on a appris en ayant l'occasion de parler un peu chinois.</p>
<p>12. Seriez-vous intéressé(e) par davantage d'engagement avec la culture chinoise à l'avenir ? Dans quel domaine en particulier ?</p>	<p>J'aime bien l'histoire mais je ne connais pas vraiment beaucoup l'histoire chinoise.</p>
<p>13. À titre indicatif, pourriez-vous nous indiquer votre situation actuelle : étudiant, en emploi ou à la retraite ?</p>	<p>Je suis retraitée.</p>

Transcription de l'entretien 8 (ICA)	
Questions	Participant ICA employé
1. Avez-vous déjà participé aux activités culturelles organisées par un Institut Confucius ?	Oui, j'ai déjà participé à certaines activités.
2. Comment avez-vous découvert les activités des IC ?	C'était la professeure qu'on avait à l'ICA qui nous les proposait.
3. À quelle fréquence participez-vous aux activités culturelles proposées par les IC ?	Pour les activités à l'ICA, si je vais de temps en temps mais c'est rare, il y en a à peu près 2 ou 3 par année.
4. Comment percevez-vous la culture chinoise ? Pouvez-vous citer des éléments qui vous viennent à l'esprit ?	La culture chinoise est riche et diversifiée. Depuis mon enfance, j'ai été attiré par cette culture. J'ai toujours été passionné par les arts martiaux, la sagesse chinoise et maintenant, je m'intéresse également à l'histoire et à la médecine chinoise.
5. Pensez-vous que les activités des Instituts Confucius représentent fidèlement la culture chinoise ? Pourquoi ou pourquoi pas ?	Ils font de leur mieux pour la promouvoir, en fonction de leurs moyens. J'ai apprécié les festivités du Nouvel An chinois, qui ont permis de découvrir des instruments traditionnels chinois et des chants en chinois, ainsi qu'un chant en tibétain particulièrement beau. En général, l'ICA est une occasion précieuse de découvrir la culture chinoise.
6. Qu'est-ce qui vous a motivé à participer aux activités culturelles des Instituts Confucius ?	Pour moi, c'est l'occasion de rencontrer justement des gens qui ont cette autre culture et aussi de pouvoir pratiquer la langue chinoise, même si c'est très difficile de dialoguer.
7. Pourriez-vous partager une expérience marquante ou significative que vous avez vécue lors d'une de ces activités ?	Il y avait une jeune femme qui jouait du <i>Erhu</i> et j'avais vraiment trouvé ça super beau.
8. Quels éléments considérez-vous importants dans la réussite d'une activité culturelle? (par exemple, le contenu, l'intervenant, la forme d'activité, la date, le lieu...)	Je pense que le plus important est le contenu, ensuite l'intervenant et enfin la forme d'activité. Le contenu est lié au sujet, on va avoir un intérêt ou pas. L'intervenant est important parce que c'est lui qui va rendre l'activité vraiment intéressante ou pas. Après la forme est importante parce qu'il y a des formes plus ou moins ludiques pour l'approche. Par exemple, si c'est une conférence, ça va être beaucoup moins facile d'approche qu'un atelier. Je pense que l'interaction est primordiale dans ce genre d'activité. Dans mon cœur, la forme est au moins aussi importante que l'intervenant.

<p>9. Avez-vous des suggestions spécifiques pour améliorer les activités culturelles proposées par les Instituts Confucius ?</p>	<p>Il est important de bien préparer une activité à l'avance en imaginant son déroulement. Dans le passé, l'organisation n'était pas toujours satisfaisante car elle manquait de formalité. Par exemple, lors d'un atelier de <i>Taiji</i>, l'intervenant se plaçait face à nous et nous ne pouvions pas bien voir les mouvements. De plus, l'espace était insuffisant pour les mouvements parce qu'il y avait des tables à côté. Enfin, il y avait un atelier d'écriture qui m'aurait intéressé, mais malheureusement, il était réservé aux enfants, donc je n'ai pas pu y participer.</p>
<p>10. Est-ce que votre perception de la culture chinoise a changé ou évolué suite à votre participation aux activités culturelles des Instituts Confucius ? Si oui, citez des exemples concrets.</p>	<p>Oui, je pense particulièrement par rapport à la musique. J'avais très peu de contact avec la musique chinoise et je trouve maintenant que la musique est encore mieux que des mots. Le fait que la culture chinoise est raffinée, délicate et avancée mais la musique en parle bien. Par contre, il y a un truc que je regrette alors je ne sais pas si c'est lié à la culture ou plutôt au comportement des Chinois. En fait, ils veulent faire découvrir leur culture mais ils n'arrivent pas à se mélanger aux autres, ils n'arrivent pas à se mettre avec les Occidentaux. C'est ce que j'ai remarqué dans les ateliers. Ils restent entre eux. Je pense qu'ils sont timides.</p>
<p>11. Comment évaluez-vous l'influence des Instituts Confucius sur votre appréciation et compréhension de la culture chinoise ? Estimez-vous que votre participation aux activités des Instituts Confucius a enrichi votre compréhension de la culture chinoise ?</p>	<p>Je dirais qu'au niveau de de l'influence de l'ICA, ce n'est pas faible mais pour moi, c'est un complément et ce n'est pas elle qui est déterminante. C'est entre les deux. Ce n'est pas faible parce que ça m'apporte des choses que peut être je ne verrai pas autrement. Il a seulement fait ses ateliers, mais c'est insuffisant. Finalement, c'est intéressant mais c'est complémentaire. Je peux comparer. Vu que je veux faire des études comme une licence de chinois qui a non seulement le chinois mais aussi beaucoup de matières de civilisation. En plus de faire des activités mais il faut aussi lire. Sans lecture, on ne peut pas vraiment approfondir sa compréhension. Je suis très attiré par la pensée chinoise, je ne sais pas pourquoi derrière mais je pense qu'il faut non seulement lire mais il faut qu'il y ait une personne qui fasse des rapports entre la culture chinoise et ma culture pour que je comprenne mieux. Par exemple, la dernière fois, je lisais un livre sur la médecine chinoise, ce que j'aime bien, c'est que cette asiatique, il a une double culture asiatique et occidentale et il était capable de faire un pont entre les deux cultures. On comprend beaucoup mieux la culture qui nous est étrangère parce qu'on a des choses qui sont plus proches de nous qui vont y ressembler et du coup on va se dire « c'est comme ça » alors que si on parle exclusivement d'une culture vue de l'extérieur, même si on me la porte mais si on ne donne pas des éléments pour la déchiffrer, je ne vais peut être pas arriver à la comprendre.</p>
<p>12. Seriez-vous intéressé(e) par davantage d'engagement avec la culture chinoise à l'avenir ? Dans quel domaine en particulier ?</p>	<p>J'ai eu la volonté d'enseigner (le chinois) parce que justement je m'y intéresse vraiment.</p>
<p>13. À titre indicatif, pourriez-vous nous indiquer votre situation actuelle : étudiant, en emploi ou à la retraite ?</p>	<p>Je suis employée.</p>

Transcription de l'entretien 9 (ICA)	
Questions	Participante ICA étudiante
1. Avez-vous déjà participé aux activités culturelles organisées par un Institut Confucius ?	Oui, j'ai présenté un petit texte en chinois sur scène pour le Nouvel An chinois.
2. Comment avez-vous découvert les activités des IC ?	Par Internet. C'est sur Google que j'ai découvert l'ICA lorsque je cherchais des cours de chinois.
3. À quelle fréquence participez-vous aux activités culturelles proposées par les IC ?	Je ne vais pas trop aux activités culturelles en général, mais pour les activités de l'ICA, j'essaie d'y aller quand il y en a qui sont proposés en tout cas.
4. Comment percevez-vous la culture chinoise ? Pouvez-vous citer des éléments qui vous viennent à l'esprit ?	Dans la culture chinoise, il y a une grande importance qui est donnée à l'art de façon générale, que ce soit l'art culinaire, la danse, la musique, la poésie ou même simplement l'interprétation du monde qui a un regard artistique.
5. Pensez-vous que les activités des Instituts Confucius représentent fidèlement la culture chinoise ? Pourquoi ou pourquoi pas ?	Je n'ai pas encore vu beaucoup. Cela a l'air assez varié. Par exemple, ce qu'il a fait pour le Nouvel An chinois, il y avait de la poésie, de la musique, du chant, de la calligraphie... C'est assez varié donc c'est bien. Je ne sais pas si cela se représente fidèlement puisque je ne sais pas trop.
6. Qu'est-ce qui vous a motivé à participer aux activités culturelles des Instituts Confucius ?	Je trouve ça intéressant de découvrir la culture chinoise et l'avantage est que ce sont des activités organisées par des personnes chinoises. Il y a l'assurance d'avoir une certaine authenticité.
7. Pourriez-vous partager une expérience marquante ou significative que vous avez vécue lors d'une de ces activités ?	Disons que la participation au Nouvel An chinois m'a permis de vivre des expériences culturelles, je trouve que c'est cool.
8. Quels éléments considérez-vous importants dans la réussite d'une activité culturelle? (par exemple, le contenu, l'intervenant, la forme d'activité, la date, le lieu...)	En premier, le contenu, j'aime tout ce qui est plutôt traditionnel et artistique. La littérature, l'histoire et la philosophie, ça va vraiment m'intéresser. Le deuxième critère est la forme d'activité, je préfère un atelier, plus intéressant qu'une conférence ou une exposition qui présentent des tableaux ou des choses figées, Le troisième, c'est l'intervenant qui doit parler le français.
9. Avez-vous des suggestions spécifiques pour améliorer les activités culturelles proposées par les	Il doit en faire plus faire plus d'ateliers

Instituts Confucius ?	
10. Est-ce que votre perception de la culture chinoise a changé ou évolué suite à votre participation aux activités culturelles des Instituts Confucius ? Si oui, citez des exemples concrets.	Je trouve que l'importance donnée aux activités culturelles était plus forte qu'aujourd'hui. Les gens étaient plus investis dans la culture chinoise. Bien que l'ICA présente à la fois la culture traditionnelle et moderne. Personnellement, je m'intéresse à la culture traditionnelle, la partie la plus riche dans les cultures chinoises.
11. Comment évaluez-vous l'influence des Instituts Confucius sur votre appréciation et compréhension de la culture chinoise ? Estimez-vous que votre participation aux activités des Instituts Confucius a enrichi votre compréhension de la culture chinoise ?	Oui, je pense que j'ai une meilleure compréhension de la culture chinoise. On a une expérience plus riche, une projection dans une vie culturelle chinoise, différente de ce qui n'a jamais participé à ça.
12. Seriez-vous intéressé(e) par davantage d'engagement avec la culture chinoise à l'avenir ? Dans quel domaine en particulier ?	J'aimerais visiter la Chine, pouvoir converser en chinois avec les Chinois, avoir plein d'expériences culturelles différentes, que ce soit les restaurants, les visites dans les lieux traditionnels et j'espère pouvoir faire ses expériences en étant inclus dedans, pas comme un touriste mais pouvoir bien m'y intégrer. C'est aussi le but d'apprendre le chinois, c'est de pouvoir intégrer.
13. À titre indicatif, pourriez-vous nous indiquer votre situation actuelle : étudiant, en emploi ou à la retraite ?	Je suis étudiante.

Transcription de l'entretien 10 (ICUPCC)	
Questions	Participant ICUPCC employé
1. Avez-vous déjà participé aux activités culturelles organisées par un Institut Confucius ?	J'ai suivi des cours à l'ICUPCC de 2015 à 2021 et j'ai également participé à des activités en dehors des heures de cours.
2. Comment avez-vous découvert les activités des IC ?	Je connaissais les IC grâce à mes réseaux professionnels et à mon expérience. C'est en 2009 ou en 2010 que j'ai découvert l'ICUPCC, qui était en étroite collaboration avec l'université de Wuhan, une ville que j'ai visitée plusieurs fois.
3. À quelle fréquence participez-vous aux activités culturelles proposées par les IC ?	J'aime toutes les activités culturelles mais ça dépend de mon emploi du temps parce que là la dernière activité que j'ai faite était pour le Nouvel An chinois, il y avait un petit rassemblement. Pour les activités culturelles de l'ICUPCC, je dirais que c'est 2 fois par an.
4. Comment percevez-vous la culture chinoise ? Pouvez-vous citer des éléments qui vous viennent à l'esprit ?	La culture chinoise, si j'ai un mot, je trouve que c'est mystérieux. En fait, jusqu'à la fin des années 90 et le début des années 2000, on avait très peu d'informations sur la Chine. On pensait que c'était un pays très pauvre et on a découvert la Chine moderne un peu avant les Jeux Olympiques. C'est une histoire très ancienne.
5. Pensez-vous que les activités des Instituts Confucius représentent fidèlement la culture chinoise ? Pourquoi ou pourquoi pas ?	En général, les IC font tout pour présenter la culture. Cela peut être la calligraphie, l'art du thé, les costumes... c'est comme un panorama.
6. Qu'est-ce qui vous a motivé à participer aux activités culturelles des Instituts Confucius ?	Oui, je pense que c'était pour m'aider à mieux comprendre la culture et la pensée des Chinois.
7. Pourriez-vous partager une expérience marquante ou significative que vous avez vécue lors d'une de ces activités ?	C'était pour les 10 ans de l'ICUPCC en 2017. Il y avait une délégation de l'université de Wuhan qui était venue et je trouve que c'était une belle fête avec plein d'albums photos. C'est bien organisé. Il y avait aussi des enseignants chercheurs chinois pour un colloque scientifique sur la littérature de la poésie. Il y a des échanges par rapport à ça.
8. Quels éléments considérez-vous importants dans la réussite d'une activité culturelle? (par exemple, le contenu, l'intervenant, la forme d'activité, la date, le lieu...)	Tout est important. C'est d'abord le contenu. Tout ce qui est lié au caractère, à leur histoire, à la gastronomie, ou au cinéma chinois m'intéresse. Ensuite, c'est peut être la forme d'activité et après l'intervenant, enfin la date et le lieu.
9. Avez-vous des suggestions spécifiques pour améliorer les activités	Je n'ai pas vraiment de suggestion. Peut-être pourrait-il organiser des événements en extérieur, pas uniquement dans les locaux de l'université.

culturelles proposées par les Instituts Confucius ?	
10. Est-ce que votre perception de la culture chinoise a changé ou évolué suite à votre participation aux activités culturelles des Instituts Confucius ? Si oui, citez des exemples concrets.	Je dirais que oui. Les activités culturelles de l'ICUPCC et mon expérience personnelle comme voyage, tout cela a contribué à l'évolution de ma perception de la culture chinoise. Pendant les cours de chinois, j'ai mieux compris le mode de pensée des Chinois. Par exemple en grammaire, il y a des éléments dans la phrase qu'on va mettre au début en chinois alors on les met plutôt à la fin en français. Et puis c'est là qu'on se dit que les Chinois résonnent peut-être différemment.
11. Comment évaluez-vous l'influence des Instituts Confucius sur votre appréciation et compréhension de la culture chinoise ? Estimez-vous que votre participation aux activités des Instituts Confucius a enrichi votre compréhension de la culture chinoise ?	Oui, ils ont une influence assez positive et assez importante. Même si j'ai beaucoup voyagé en Chine, c'est vrai que les activités de l'ICUPCC viennent confirmer tout ce que j'ai appris. D'ailleurs, les IC sont très bien pour les gens qui ne lisent pas ou qui ne voyagent pas.
12. Seriez-vous intéressé(e) par davantage d'engagement avec la culture chinoise à l'avenir ? Dans quel domaine en particulier ?	Oui, je suis intéressé par tout ce qui concerne les échanges universitaires dans le domaine de l'éducation, car c'est mon domaine de travail.
13. À titre indicatif, pourriez-vous nous indiquer votre situation actuelle : étudiant, en emploi ou à la retraite ?	Je suis employé à l'université mais je vais devenir professeur des écoles à la rentrée.

Transcription de l'entretien 11 (ICUPC)	
Questions	Participant ICUPC employé
1. Avez-vous déjà participé aux activités culturelles organisées par un Institut Confucius ?	Oui, j'ai déjà participé à un spectacle sur la culture chinoise et asiatique au sens large organisé par l'ICUPC.
2. Comment avez-vous découvert les activités des IC ?	J'ai découvert cette activité parce que je suis élève à l'ICUPC et notre professeure de chinois nous en a parlé.
3. À quelle fréquence participez-vous aux activités culturelles proposées par les IC ?	Je participe de temps en temps. En fait, Mme LI Ye, qui travaille à l'ICUPC, m'a proposé de rejoindre sa chorale, ce qui peut être considéré comme une activité culturelle. Depuis, je participe régulièrement à sa chorale. J'ai également assisté à un autre spectacle organisé par le Centre culturel de Chine à Paris.
4. Comment percevez-vous la culture chinoise ? Pouvez-vous citer des éléments qui vous viennent à l'esprit ?	Je trouve la culture chinoise super intéressante parce qu'elle est très différente de ce qu'on a en Europe. Pour ma part, je ne suis pas quelqu'un qui connaît la culture chinoise depuis longtemps, je m'y intéresse depuis un an ou deux donc je la découvre et je trouve ça super intéressant de découvrir de nouvelles façons de danser, par exemple, l'opéra de Pékin ou d'apprendre des poèmes dont les expressions ne peuvent pas être vraiment traduites. Ce que j'aime bien, c'est la découverte, ça me permet de découvrir un nouveau monde et ça me plaît beaucoup.
5. Pensez-vous que les activités des Instituts Confucius représentent fidèlement la culture chinoise ? Pourquoi ou pourquoi pas ?	Je parle de ma perception en tant qu'élève donc il y a certainement une distorsion. Cependant, je pense que certaines activités étaient très représentatives, par exemple des personnes d'origine chinoise et des gens qui connaissent bien la culture chinoise qui chantaient des chansons ou des choses comme ça, donc nous étions sur une représentation assez fidèle. D'autres représentations étaient peut-être un peu moins représentatives, comme une cérémonie du thé qui n'est plus ou moins pratiquée en Chine. En tout cas, ce n'était pas forcément 100 % représentatif de la culture chinoise.
6. Qu'est-ce qui vous a motivé à participer aux activités culturelles des Instituts Confucius ?	En tant que musicien, j'apprécie énormément toutes les activités culturelles liées à la musique. J'ai également envie de mieux connaître la culture chinoise car j'aimerais partir en Chine. Pour cela, j'aimerais apprendre le chinois et participer à des activités culturelles autour de la Chine. Cela me permettrait également de progresser dans l'apprentissage du chinois. Par exemple, après avoir chanté une chanson en chinois, j'ai pu constater une petite amélioration. Il y a vraiment cette dimension d'amusement et de partage musical, c'est agréable. De plus, il y a de nombreux spectacles et représentations très intéressants, avec des chansons et de la danse. C'est vraiment génial et agréable. En parallèle, j'ai également progressé en chinois, c'était une belle opportunité pour le faire.
7. Pourriez-vous partager une expérience marquante ou significative que vous avez vécue lors d'une de ces activités ?	J'aime le spectacle où il y avait une vingtaine de morceaux centrés sur la musique, allant des morceaux traditionnels aux danses modernes. Tout cela a permis de voir la diversité de la culture chinoise et l'engagement des personnes qui apprennent le chinois et la culture chinoise. Le public était captivé et n'a pas été ennuyé. J'ai également eu l'opportunité de rencontrer Mme Li Ye qui a apprécié ma prestation et m'a proposé de rejoindre le chœur chinois. Grâce à ce spectacle, je vais maintenant faire partie de cette troupe.

<p>8. Quels éléments considérez-vous importants dans la réussite d'une activité culturelle? (par exemple, le contenu, l'intervenant, la forme d'activité, la date, le lieu...)</p>	<p>Pour une activité culturelle, il est important d'avoir une collaboration réussie. Dans ce cas, la collaboration entre l'ICUPC et l'université Paris Cité a permis d'attirer beaucoup d'élèves, ce qui n'est pas toujours facile à réaliser avec l'ICUPC seul. La diversité de l'offre était également un point fort, avec des spectacles de chansons, de poésie, de théâtre et de danse, chacun choisi par les élèves en fonction de leurs préférences. Bien que la qualité ne soit pas exceptionnelle, l'enthousiasme des élèves était présent et c'est ce qui compte le plus.</p>
<p>9. Avez-vous des suggestions spécifiques pour améliorer les activités culturelles proposées par les Instituts Confucius ?</p>	<p>Lors de l'événement auquel j'ai participé, il a été difficile d'engager et de motiver les élèves à y assister. La promotion de l'événement auprès des élèves de l'ICUPC pourrait être améliorée afin d'augmenter la participation. Il serait également bénéfique d'intégrer une partie de la préparation à l'événement dans les cours, en particulier pour les élèves qui assistent à des cours de chinois, comme moi. Si les enseignants contribuent davantage et s'assurent d'une meilleure préparation, cela pourrait encourager davantage d'engagement de la part des élèves.</p>
<p>10. Est-ce que votre perception de la culture chinoise a changé ou évolué suite à votre participation aux activités culturelles des Instituts Confucius ? Si oui, citez des exemples concrets.</p>	<p>Oui, avant de participer, je connaissais peu et mal la culture chinoise. Grâce à ces événements, j'ai pu découvrir les chansons actuelles de Chine et en apprendre davantage sur cette culture. Maintenant, je suis heureux d'être capable de chanter des chansons populaires chinoises.</p>
<p>11. Comment évaluez-vous l'influence des Instituts Confucius sur votre appréciation et compréhension de la culture chinoise ? Estimez-vous que votre participation aux activités des Instituts Confucius a enrichi votre compréhension de la culture chinoise ?</p>	<p>Grâce à ces événements, j'ai eu une immersion profonde dans la culture chinoise. Mon professeur, par exemple, partageait des histoires de son quotidien en Chine et j'ai pu apprendre beaucoup de choses sur la vie quotidienne.</p>
<p>12. Seriez-vous intéressé(e) par davantage d'engagement avec la culture chinoise à l'avenir ? Dans quel domaine en particulier ?</p>	<p>Pour le futur, j'aimerais explorer plus profondément la musique chinoise, qu'elle soit traditionnelle ou moderne. J'ai envie d'apprendre plus sur ce sujet.</p>
<p>13. À titre indicatif, pourriez-vous nous indiquer votre situation actuelle : étudiant, en emploi ou à la retraite ?</p>	<p>Je suis employé.</p>

Transcription de l'entretien 12 (ICUPC)	
Questions	Participante ICUPC employée
1. Avez-vous déjà participé aux activités culturelles organisées par un Institut Confucius ?	Oui, j'ai suivi des cours de chinois, un stage intensif d'une semaine ainsi qu'un semestre de cours de guqin. Je participe également à des événements où je chante en chinois ou participe à des activités similaires. Avant la covid, j'assistais régulièrement aux séances de cinéma. J'ai aussi participé aux célébrations du Nouvel An, notamment lors de la fête chinoise organisée chaque année en partenariat avec la licence de l'université Paris 7 et l'ICUPC. C'était un spectacle de théâtre et de musique en chinois, très intéressant.
2. Comment avez-vous découvert les activités des IC ?	Lorsque je me suis inscrite en première année de chinois en master d'histoire, littérature et langue chinoise à la fac, j'ai découvert qu'il y avait l'ICUPC. En effet, dans la région où je vivais en France, il n'y avait pas d'IC. C'est donc en arrivant à Paris en 2013 que j'ai pris connaissance de son existence.
3. À quelle fréquence participez-vous aux activités culturelles proposées par les IC ?	Je participe assez souvent car je suis proche de Li Ye qui me tient informée de toutes les activités.
4. Comment percevez-vous la culture chinoise ? Pouvez-vous citer des éléments qui vous viennent à l'esprit ?	Je trouve la culture chinoise intéressante et très différente de la culture européenne. Je m'intéresse à ses coutumes et ses interactions. C'est une culture qui rassemble les anciens et les jeunes. En fait, je suis attirée par la Chine depuis que je suis petite, donc je n'ai pas été choquée, au contraire, je m'y sens plus proche. Si j'ai des enfants un jour, je pourrais leur transmettre cette culture et ces coutumes qui sont différentes. Peut-être que l'Europe pourrait s'inspirer de la Chine pour certains aspects, comme le respect entre les personnes âgées et les jeunes générations. Il y a un respect même au niveau des parents. En Chine, la famille est très précieuse et on doit toujours s'occuper des parents, ce qui n'est pas toujours le cas en France.
5. Pensez-vous que les activités des Instituts Confucius représentent fidèlement la culture chinoise ? Pourquoi ou pourquoi pas ?	Ces activités culturelles représentent bien la culture chinoise mais il n'y en a pas assez. Il serait intéressant de développer davantage, par exemple en développant la danse chinoise.
6. Qu'est-ce qui vous a motivé à participer aux activités culturelles des Instituts Confucius ?	C'est l'amour que je porte à la Chine.
7. Pourriez-vous partager une expérience marquante ou significative que vous avez vécue lors d'une de ces activités ?	J'ai participé au spectacle de fin d'année de l'ICUPC en juin dernier. J'ai été frappée par le mélange de personnes de tous âges qui s'intéressent à la culture et à l'apprentissage de la langue chinoise. Cela m'a paru très intéressant. J'ai aussi apprécié de chanter lors de cet événement. Les personnes âgées présentes étaient des stagiaires de l'ICUPC.

<p>8. Quels éléments considérez-vous importants dans la réussite d'une activité culturelle? (par exemple, le contenu, l'intervenant, la forme d'activité, la date, le lieu...)</p>	<p>Je pense que la communication est un élément clé qui manque souvent lors de ce type d'événements. Les personnes extérieures à l'université ne sont pas suffisamment informées de ce qui se passe au sein de l'ICUPC, à moins d'être passionnées par la Chine. Il serait dommage de ne pas trouver un moyen de développer cette communication pour attirer davantage de personnes vers l'institut. Je pense que ce serait pas mal d'intervenir dans plein d'autres endroits en dehors du campus. Pour le contenu, personnellement, j'aime tout, mais dans un cours, j'apprécie également l'ajout de culture ou d'histoire de la Chine pour mieux comprendre comment elle en est arrivée à sa situation actuelle. C'est un point important à considérer. Quant à la forme d'activité, je préfère tout ce qui est lié à la musique.</p>
<p>9. Avez-vous des suggestions spécifiques pour améliorer les activités culturelles proposées par les Instituts Confucius ?</p>	<p>Peut-être faudrait-il développer davantage. Par exemple, en termes d'instruments, il n'y a que le <i>Guqin</i> alors qu'au centre culturel de Chine à Paris, il y a le <i>Pipa</i>, le <i>Erhu</i> et plein d'autres choses. Il faut plus développer le côté culturel de la Chine dans l'ICUPC, car les cours sont déjà bien développés. Les cours là-bas sont bien parce qu'ils proposent plein de cours et de niveaux différents. Il y en a pour tout le monde et chacun y trouve son bonheur. Et généralement, les profs sont vraiment intéressants.</p>
<p>10. Est-ce que votre perception de la culture chinoise a changé ou évolué suite à votre participation aux activités culturelles des Instituts Confucius ? Si oui, citez des exemples concrets.</p>	<p>Je ne pense pas que ma perception de la culture chinoise ait changé, car j'avais des connaissances avant de commencer à participer à ce genre d'événements. Je savais déjà très bien où j'allais, donc du coup ça m'a juste conforté dans l'idée que j'aimais cette culture.</p>
<p>11. Comment évaluez-vous l'influence des Instituts Confucius sur votre appréciation et compréhension de la culture chinoise ? Estimez-vous que votre participation aux activités des Instituts Confucius a enrichi votre compréhension de la culture chinoise ?</p>	<p>C'est bénéfique. C'est un complément de ma formation bien poussée sur ça. Je peux pratiquer mon chinois. Oui, je pense qu'il y a moyen de faire encore plus et de développer les IC dans toute la France, car en fait il n'y a que des petits points stratégiques en France, mais il n'y en a pas partout et ça je trouve ça dommage. Il y a aussi des gens qui veulent apprendre dans les petites villes.</p>
<p>12. Seriez-vous intéressé(e) par davantage d'engagement avec la culture chinoise à l'avenir ? Dans quel domaine en particulier ?</p>	<p>Tout ce qui est lié à la musique parce que je chante en chinois.</p>
<p>13. À titre indicatif, pourriez-vous nous indiquer votre situation actuelle : étudiant, en emploi ou à la retraite ?</p>	<p>Je suis employée.</p>

Annexe 4 : Les notes d'analyse des entretiens 2-12

Note d'analyse de l'entretien 2 (ICCA)	
Contexte et cadre	L'entretien a été mené en ligne avec une retraitée passionnée par la culture chinoise. Cette passion remonte à son enfance et s'est intensifiée grâce à sa participation aux activités de l'ICCA.
Attitudes et comportements	La participante était extrêmement enthousiaste et engagée, témoignant d'un amour profond pour la culture chinoise. Elle se montre proactive dans sa quête de connaissances culturelles.
Contenu et profondeur des réponses	Les réponses étaient exhaustives, couvrant un large éventail d'expériences et d'opinions. Elle a signalé l'importance de l'accessibilité géographique et de la diversité des sujets abordés. Elle s'intéresse également à des aspects moins traditionnels de la culture chinoise, comme la littérature et la musique modernes.
Points notables	1. L'interviewée a découvert l'ICCA par l'intermédiaire de son réseau académique et associatif. 2. Elle souligne la nécessité d'améliorer la communication de l'ICCA pour atteindre un public plus large, notamment les personnes plus âgées. 3. Elle exprime une forte volonté d'en savoir plus sur les aspects contemporains de la culture chinoise, y compris la musique moderne et la littérature. 4. L'interviewée met en lumière la commodité logistique (comme le parking et la date) comme un facteur clé pour le succès des activités.
Implications	1. Les IC pourraient envisager de diversifier les sujets de leurs activités pour inclure des éléments contemporains de la culture chinoise. 2. Une stratégie de communication hybride combinant les modes numériques et en présentiel, pourrait augmenter la participation à la fois des jeunes et des personnes âgées. 3. Le confort et l'accessibilité des lieux d'activité pourraient être des facteurs clés pour attirer et retenir un public plus large.

Note d'analyse de l'entretien 3 (ICCA)	
Contexte et cadre	L'entretien a été réalisé avec un étudiant intéressé par la langue et la culture chinoises. Il a participé à l'examen HSK organisé par l'ICCA mais n'a pas encore pris part à des activités culturelles spécifiques.
Attitudes et comportements	L'étudiant semble motivé principalement par un désir d'apprentissage linguistique. Il trouve le chinois particulièrement attrayant en raison de ses différences avec les langues romanes, ce qui lui donne une sensation de découverte constante.
Contenu et profondeur des réponses	Les réponses indiquent un intérêt diversifié pour la culture chinoise, notamment l'histoire, les innovations, et l'art. L'étudiant met en avant l'importance du contenu et de la passion de l'intervenant dans la réussite des activités culturelles.
Points notables	1. Le participant a été informé des activités de l'ICCA par ses professeurs à l'université. 2. Il souligne la possibilité d'ajouter plus de contenu dans les activités culturelles, y compris des discussions sur des penseurs chinois. 3. L'étudiant exprime un intérêt pour des échanges culturels et linguistiques, notamment des séjours en Chine. Il suggère d'organiser des sessions de révision en groupe pour l'examen HSK.
Implications	1. Les IC pourraient envisager d'élargir son offre d'activités, notamment pour inclure des éléments académiques comme des sessions de révision pour le HSK ou des discussions sur la philosophie chinoise. 2. Une approche axée sur l'apprentissage linguistique pourrait attirer des étudiants qui n'ont pas encore été engagés dans des activités culturelles. 3. Les IC pourraient renforcer et élargir des partenariats avec les universités pour toucher un public étudiant plus large.

Commentaires	Cette interview met en lumière l'importance de l'apprentissage linguistique en tant que passerelle vers la culture chinoise, en particulier pour les jeunes. Elle suggère que les IC ont la possibilité de diversifier et d'enrichir son offre pour attirer un public étudiant plus engagé.
--------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Note d'analyse de l'entretien 4 (ICCA)	
Contexte et cadre	L'entretien a été mené avec une étudiante en littérature chinoise, actuellement basée à Besançon.
Attitudes et comportements	L'étudiante est engagée et manifeste un intérêt prononcé pour la culture chinoise, mais critique également les limitations de la manière dont celle-ci est présentée par les IC.
Contenu et profondeur des réponses	Les réponses de l'étudiante sont approfondies et réfléchies. Elle considère que les activités des IC sont parfois superficielles et stéréotypées, et appelle à une représentation plus nuancée et complète de la culture chinoise. Elle met l'accent sur des aspects comme l'histoire, la littérature et la philosophie.
Points notables	1. L'étudiante a été introduite aux activités de l'ICCA par le personnel de l'ICCA à Nice. 2. Elle souligne la nécessité d'intégrer des aspects plus profonds de la culture chinoise, au-delà des célébrations et de la cuisine. 3. Elle exprime un intérêt particulier pour l'histoire, la littérature et la philosophie chinoise, et souhaite devenir enseignante de français en Chine. 4. Elle fait des suggestions spécifiques pour améliorer les activités, notamment en les organisant autour de dates festives chinoises et en choisissant soigneusement les intervenants. 5. Elle estime que les activités de l'ICCA ont enrichi sa compréhension initiale de la culture chinoise, mais ne sont plus suffisantes au fur et à mesure de son apprentissage.
Implications	1. Les IC pourraient envisager de diversifier davantage leurs activités culturelles pour inclure des éléments plus profonds de la culture chinoise, comme l'histoire et la littérature. 2. Une meilleure sélection et formation des intervenants pourrait améliorer la qualité des activités. 3. Les IC pourraient chercher à établir des partenariats avec des universités ou des institutions éducatives, surtout dans des villes où il n'existe pas encore d'IC, comme Besançon.
Commentaires	L'entretien avec cette étudiante offre des perspectives importantes pour les IC, notamment sur la manière de rendre leurs activités plus significatives et enrichissantes. Il met en lumière à la fois les forces et les faiblesses des IC en matière de communication de la culture chinoise. L'étudiante suggère que les IC ont réussi à piquer l'intérêt des participants, mais qu'ils doivent aller plus loin pour offrir une compréhension profonde et durable de la culture chinoise.

Note d'analyse de l'entretien 5 (ICCA)	
Contexte et cadre	L'entretien est mené avec une employée qui a participé à des activités organisées par un IC. Elle est adhérente de l'ICCA et souhaite continuer son engagement avec la culture chinoise.
Attitudes et comportements	La personne interrogée est intéressée par la culture chinoise et exprime le désir de participer davantage aux activités de l'ICCA. Cependant, elle note des limitations, notamment le manque d'activités et les horaires inconfortables.
Contenu et profondeur des réponses	Les réponses sont assez brèves mais contiennent des informations utiles. Elle met en avant ses préférences pour des activités interactives et des ateliers le week-end, et souligne l'importance de l'intervenant.

Points notables	1. La personne est une adhérente de l'ICCA et reçoit donc des invitations par e-mail. 2. Elle mentionne le manque d'activités pendant et après la pandémie, et les horaires incommodes. 3. Elle préfère des activités interactives et souhaite des ateliers qui encouragent la participation. 4. Elle n'a pas d'expérience particulièrement marquante parce qu'elle n'a participé qu'une seule fois aux activités, soit la projection d'un film. 5. Elle considère que ces activités sont utiles pour apprendre des aspects de la culture chinoise qu'elle ne pourrait pas acquérir en classe.
Implications	1. Les IC pourraient bénéficier de l'organisation d'activités plus fréquentes et à des horaires plus pratiques pour les personnes employées. 2. Les activités devraient être plus interactives, possiblement sous forme d'ateliers, pour encourager la participation. 3. Le choix de l'intervenant et le format des activités sont des aspects essentiels à prendre en compte pour la réussite des événements.
Commentaires	L'entretien avec cette employée fournit des indications utiles sur comment rendre les activités des IC plus attrayantes et efficaces. Les retours de l'interviewée pourraient être utilisés pour ajuster et améliorer la programmation des activités futures. Notamment, la prise en compte des horaires et la fréquence des activités pourraient aider à augmenter l'engagement des adhérents comme elle.

Note d'analyse de l'entretien 6 (ICA)	
Contexte et cadre	L'entretien a été mené avec une personne retraitée intéressée par la culture chinoise. Elle est assez engagée avec les activités culturelles de l'ICA et souhaite poursuivre cet engagement.
Attitudes et comportements	La personne interrogée est activement intéressée par la culture chinoise et participe notamment aux célébrations du Nouvel An chinois. Toutefois, elle évoque des contraintes géographiques et horaires qui limitent sa participation.
Contenu et profondeur des réponses	Les réponses sont assez complètes et montrent un intérêt profond pour divers aspects de la culture chinoise, y compris la musique, la peinture, et la médecine chinoises. Elle a aussi partagé son expérience dans un atelier de peinture chinoise.
Points notables	1. La contrainte majeure à sa participation semble être l'éloignement géographique et les horaires inadaptés. 2. Elle souhaite des améliorations dans la communication de l'ICA, notamment via leur site Internet et les mails. 3. Elle a une vision assez traditionnelle de la culture chinoise et souhaite que ce patrimoine soit préservé.
Implications	1. Des mesures pourraient être prises pour accommoder les personnes qui n'habitent pas à proximité des IC, par exemple en proposant des activités en ligne, en ajustant les horaires ou en ouvrant des antennes dans les villes d'environ. 2. Le site Internet et les communications par mail pourraient être améliorés pour mieux solliciter et informer les participants potentiels. 3. Il pourrait être utile de prendre en compte le souhait des participants pour des activités plus traditionnelles.
Commentaires	Les réponses de cette personne retraitée fournissent une perspective intéressante sur les différents facteurs qui pourraient influencer la participation aux activités des IC. Les contraintes géographiques et horaires semblent être des obstacles importants pour certains participants potentiels, et ces aspects pourraient être pris en compte dans la planification future. En outre, les commentaires sur le site Internet et les autres formes de communication offrent des pistes d'amélioration.

Note d'analyse de l'entretien 7 (ICA)	
Contexte et cadre	L'interviewé est un individu retraité qui a une longue histoire d'engagement avec l'ICA depuis 2010. Il a effectué plusieurs voyages en Chine et interagit régulièrement avec des amis chinois.
Attitudes et comportements	L'interviewé semble avoir une approche proactive dans l'apprentissage de la culture chinoise, à la fois par les activités de l'ICA et par des moyens personnels comme les voyages et les lectures.
Contenu et profondeur des réponses	Ses réponses montrent une appréciation nuancée de la culture chinoise. Il met en relief les changements qu'il a observés en Chine entre 2005 et 2019 et a une approche globale pour apprendre la culture, au-delà des IC.
Points notables	1. Il met l'accent sur l'importance du choix des professeurs et des intervenants dans les activités. 2. Il aimerait voir davantage de rencontres linguistiques comme « le coin français-chinois ». 3. Ses expériences en Chine ont été plus significatives que celles vécues à l'ICA.
Implications	1. Les IC pourraient bénéficier de la mise en place de plus d'opportunités pour des échanges linguistiques et culturels. 2. L'importance de la qualité de l'enseignement et des intervenants pourrait être un domaine à examiner de plus près. 3. Des activités plus immersives pourraient aider à reproduire les expériences significatives que l'interviewé a eues en Chine.
Commentaires	L'interviewé semble trouver que l'expérience avec les IC est bénéfique mais pas suffisante en soi pour une immersion complète dans la culture chinoise.

Note d'analyse de l'entretien 8 (ICA)	
Contexte et cadre	L'interviewé est une personne employée qui participe occasionnellement aux activités organisées par l'ICA. Il semble avoir une passion profonde pour la culture chinoise et cherche à s'enrichir par des activités complémentaires à ses études et lectures.
Attitudes et comportements	L'interviewé semble ouvert et enthousiaste à l'égard de la culture chinoise. Il critique cependant le manque d'interaction dans les ateliers et souhaite une meilleure préparation et formalisation des activités.
Contenu et profondeur des réponses	Les réponses sont assez détaillées, offrant un aperçu du niveau d'engagement de l'interviewé dans la culture chinoise. Il a également émis des critiques constructives sur l'organisation des activités.
Points notables	1. L'interviewé trouve que l'ICA est un complément à son apprentissage de la culture chinoise, mais insuffisant pour une compréhension profonde. 2. Il a noté un manque d'interaction entre les Chinois et les Occidentaux pendant les activités. 3. Il valorise la musique chinoise comme un moyen de comprendre la culture.
Implications	1. L'ICA pourrait envisager de diversifier ses méthodes de communication de la culture chinoise. 2. Les activités pourraient être mieux organisées pour favoriser les interactions entre les différentes cultures. 3. Le contenu des activités pourrait être enrichi pour inclure d'autres aspects comme la médecine chinoise, sur lesquels l'interviewé semble vouloir en savoir plus.
Commentaires	L'interviewé semble être un cas intéressant d'un individu qui est activement engagé dans l'apprentissage de la culture chinoise mais trouve les ressources de l'ICA insuffisantes pour une compréhension profonde. Ses commentaires sur l'interaction culturelle et l'organisation des événements pourraient être des points d'amélioration pour les IC.

Note d'analyse de l'entretien 9 (ICA)	
Contexte et cadre	L'entretien se concentre sur les expériences et les perceptions d'une étudiante concernant les activités culturelles organisées par l'ICA. Elle a déjà participé à des activités et semble avoir une vision positive mais nuancée de ces initiatives.
Attitudes et comportements	L'interviewée semble ouverte et intéressée par la culture chinoise. Elle apprécie l'authenticité apportée par les organisateurs chinois et souhaite un engagement plus profond avec la culture à l'avenir.
Contenu et profondeur des réponses	Les réponses sont généralement détaillées et offrent un aperçu de son appréciation de la culture chinoise. Elle valorise la diversité culturelle mais souligne l'importance du contenu et de la forme d'activité. Toutefois, elle ne sait pas si les activités représentent fidèlement la culture chinoise faute d'expériences avec les activités culturelles.
Points notables	1. L'interviewée souligne l'importance de l'« authenticité » dans les activités, ce qui est un fort point positif pour les IC. 2. Elle a découvert un IC via Internet, ce qui pourrait indiquer l'efficacité des outils de communication en ligne des IC. 3. Elle préfère les ateliers aux conférences, indiquant une préférence pour l'interaction et l'engagement pratique. 4. Son but n'est pas seulement d'apprendre la langue, mais aussi de s'intégrer pleinement dans la culture et elle a un intérêt particulier pour la culture chinoise traditionnelle.
Implications	1. Les IC pourraient bénéficier de l'organisation de plus d'ateliers interactifs pour améliorer l'engagement. 2. Le focus sur l'authenticité semble être un bon moyen de gagner la confiance et l'intérêt des participants. 3. Une attention particulière pourrait être accordée à la représentation plus complète de la culture chinoise, notamment en intégrant des éléments traditionnels et modernes. 4. Des retours comme celui de l'interviewée pourraient être utiles pour adapter les activités futures.
Commentaires	Les réponses de l'interviewée indiquent un intérêt sincère et une appréciation positive, bien que nuancée, des efforts de l'ICA pour promouvoir la culture chinoise. Elle fournit également des suggestions constructives qui pourraient aider l'ICA à améliorer ses activités et à attirer un public plus engagé.

Note d'analyse de l'entretien 10 (ICUPC)	
Contexte et cadre	L'interviewé est un professionnel en cours de transition de carrière vers le professorat. Il a une longue histoire d'engagement avec les IC, ayant suivi des cours à l'ICUPC pendant 6 ans et ayant participé à diverses activités culturelles.
Attitudes et comportements	L'interviewé semble positif et engagé envers les activités des IC, mais note que sa participation dépend de son emploi du temps. Il valorise ces expériences comme des moyens d'approfondir sa compréhension de la culture chinoise.
Contenu et profondeur des réponses	Ses réponses indiquent un niveau assez élevé d'intérêt et d'engagement envers la culture chinoise. Il évoque des aspects spécifiques tels que la grammaire chinoise, les échanges universitaires et l'histoire chinoise. Par ailleurs, il note que les activités sont variées et couvrent divers aspects de la culture chinoise.
Points notables	1) Son intérêt pour la culture chinoise semble être nourri par des expériences multiples, y compris des visites à la Chine, des cours de chinois et une participation aux événements de l'ICUPC. 2) L'interviewé évoque un changement dans sa perception de la culture chinoise et attribue une partie de cette évolution aux IC. 3) Il souhaite davantage d'engagements dans le domaine éducatif et des échanges universitaires avec la Chine.

Implications	Le répondant serait une cible idéale pour des activités plus approfondies ou spécialisées, notamment dans le domaine éducatif. Son expérience positive avec l'ICUPC pourrait être utilisée comme un témoignage ou une étude de cas pour montrer l'impact des IC sur la compréhension de la culture chinoise. Des programmes plus flexibles ou des activités extérieures pourraient attirer une participation plus large et diversifiée.
Commentaires	L'interviewé semble avoir une expérience enrichissante avec les IC, ce qui souligne l'importance de ces instituts en matière de communication de la culture chinoise. Il serait intéressant de suivre son évolution professionnelle, notamment son passage au poste de professeur des écoles, pour voir comment son expérience avec les IC pourrait influencer son approche pédagogique envers la culture chinoise.

Note d'analyse de l'entretien 11 (ICUPC)	
Contexte et cadre	Cet entretien a été réalisé avec un participant qui est élève à l'ICUPC et qui a déjà participé à des activités culturelles organisées par les IC.
Attitudes et comportements	Le participant semble avoir un intérêt croissant pour la culture chinoise, motivé par sa participation à l'ICUPC et sa volonté d'apprendre la langue chinoise. Il est également musicien, ce qui le pousse à s'impliquer dans des activités culturelles liées à la musique.
Contenu et profondeur des réponses	Les réponses du participant sont détaillées et réfléchies. Il exprime son intérêt pour la diversité de la culture chinoise, y compris la danse, l'opéra de Pékin et la poésie. Il mentionne également l'amélioration de ses compétences en chinois grâce à sa participation à des activités culturelles.
Points notables	1) Le participant a découvert les activités des IC par l'intermédiaire de sa professeure de chinois à l'ICUPC. 2) Il considère que certaines activités des IC sont représentatives de la culture chinoise, mais d'autres le sont moins, notamment celles liées à des pratiques moins courantes en Chine. 3) Sa motivation à participer aux activités culturelles des IC est alimentée par son désir d'en apprendre davantage sur la culture chinoise, en particulier la musique, et sa préparation pour un éventuel voyage en Chine. 4) Le participant apprécie particulièrement la diversité des activités culturelles et leur dimension ludique.
Implications	1) L'ICUPC pourrait continuer à promouvoir les activités culturelles auprès de ses élèves pour augmenter la participation. 2) L'intégration d'une préparation aux activités culturelles dans les cours de chinois pourrait renforcer l'engagement des élèves. 3) Les IC pourraient envisager de diversifier encore davantage leurs activités pour mieux représenter la diversité de la culture chinoise. 4) Les activités musicales semblent être un point d'attraction pour ce participant, suggérant que les IC pourraient accorder une attention particulière à ce domaine pour attirer un public plus large et favoriser l'apprentissage de la langue chinoise. 5) L'ICUPC pourrait renforcer sa collaboration avec d'autres institutions, comme l'université Paris Cité, pour élargir la portée de ses activités culturelles.
Commentaires	Cet entretien met en évidence l'engagement passionné d'un participant envers la culture chinoise, fournissant ainsi des perspectives riches et approfondies sur les activités des IC et leur impact sur l'apprentissage et l'appréciation de cette culture.

Note d'analyse de l'entretien 12 (ICUPC)	
Contexte et cadre	L'entretien a été conduit avec une employée qui est une passionnée de la culture chinoise et une participante active aux activités de l'Institut Confucius de l'université Paris Cité (ICUPC). Elle a une riche expérience avec l'IC, ayant participé à diverses activités, y compris des cours de chinois et de guqin, des événements culturels et des spectacles.
Attitudes et comportements	La participante démontre une affection profonde et un engagement sérieux envers la culture chinoise. Elle est proactive dans sa participation aux activités de l'ICUPC et exprime une volonté de continuer à s'engager, en particulier dans des activités liées à la musique chinoise.
Contenu et profondeur des réponses	Les réponses de la participante sont détaillées, reflétant une profonde compréhension et une appréciation de la culture chinoise. Elle met en avant l'importance de la famille et du respect intergénérationnel dans la culture chinoise, et exprime un désir de voir plus d'activités culturelles, en particulier dans le domaine de la danse et de la musique.
Points notables	1) La participante a découvert l'ICUPC lors de son inscription en master d'histoire, littérature et langue chinoise. 2) Elle souligne le manque de communication autour des événements de l'ICUPC, suggérant une expansion hors du campus universitaire pour atteindre un public plus large. 3) La participante apprécie l'inclusion de l'histoire et de la culture chinoise dans les cours pour une meilleure compréhension de la Chine contemporaine.
Implications	1) L'ICUPC pourrait envisager d'élargir son éventail d'activités culturelles, en incluant plus d'éléments de la danse et de la musique chinoise. 2) Il est essentiel d'améliorer la communication autour des événements de l'ICUPC pour attirer un public plus large, y compris ceux qui ne sont pas affiliés à l'université. 3) L'ICUPC pourrait envisager de collaborer avec des centres culturels pour offrir une gamme plus diversifiée d'instruments musicaux et d'activités. 4) Il existe une opportunité pour l'ICUPC de démentir les perceptions négatives et de promouvoir une image positive et accueillante de l'institut.
Commentaires	L'entretien révèle une appréciation profonde et une compréhension nuancée de la culture chinoise par la participante, qui a été renforcée par sa participation active aux activités de l'ICUPC. Elle suggère que l'ICUPC a un rôle significatif à jouer dans la promotion de la culture chinoise, mais qu'il existe un potentiel non exploité qui pourrait être réalisé grâce à une meilleure communication et à une diversification des offres culturelles.

Annexe 5 : Le programme de la journée d'étude chinoise à l'école Saint Joseph



MR JEAN-PIERRE VELASCO
Prouiseur de l'institution Saint Joseph Carnolès

MME XIAOMIN GIAFFERRI-HUANG
Directrice d'Institut Confucius Côte d'Azur

ONT LE PLAISIR DE VOUS INVITER À

LA JOURNÉE DE LA CULTURE CHINOISE
中国文化日

qui se tiendra le Mercredi 4 mai 2022, de 14h à 17h
au lycée Saint Joseph, 191 avenue Aristide Briand, Roquebrune Cap Martin

MERCI DE CONFIRMER VOTRE PRÉSENCE À MME PILLOIX PAR PRONOTE

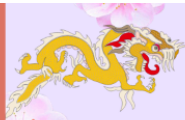
PROGRAMME
JOURNÉE DE LA CULTURE CHINOISE

**中国
文化
日**

14h : Ouverture
14h20 : L'instrument de musique Gu qin
14h45 : - La calligraphie chinoise (GROUPE 1) - Dégustation du thé chinois(GROUPE 2)
15h30 : - La calligraphie chinoise (GROUPE 2) - Dégustation du thé chinois(GROUPE 1)
14h45-16h15 : Concours « Culture chinoise »
16h20 : Projection du film :
16h30 : Remise des prix - Aux meilleures œuvres de la calligraphie - Aux gagnants du Quiz culturel
17h00 : Fin des activité

Contact : Mme Pilloix : cyy1204@free.fr

Annexe 6 : Les flyers pour certaines activités de l'ICCA



CONFÉRENCE EN LIGNE



LE COQ ET LE DRAGON : LES RELATIONS FRANCO-CHINOISES. DE GAULLE À MACRON, DE MAO ZEDONG À XI JINPING

PAR ALAIN LABAT

5 MAI 2021 : 18H-19H30
(ENTRÉE LIBRE)

Salle zoom :

<https://us02web.zoom.us/j/3137974668?pwd=cEJaUkdvWlJmRjZjc1NYVFO3NFhUT09>



Si la décision visionnaire du Général de Gaulle de nouer des relations diplomatiques avec la Chine n'a en rien changé les postures françaises traditionnelles à l'égard de ce pays - idéalisation ou diabolisation - elle a ouvert la voie à des liens qui ne prendront consistance qu'au début des années 1980. A une Chine fermée et une France distante sous G. Pompidou et V. Giscard d'Estaing succèdent, de F. Mitterrand à J. Chirac une Chine entr'ouverte et une France inconstante...

Alain LABAT est président de la Fédération des Associations Franco-Chinoises en France. Professeur agrégé de chinois, il a enseigné dans le secondaire et le supérieur. Il a été chargé de mission d'inspection pour le chinois dans plusieurs académies et rédacteur en chef du magazine "Planète chinois".



法国蔚蓝海岸孔子学院
INSTITUT CONFUCIUS
CÔTE D'AZUR



Autour du thé



Rencontre culturelle et amicale
à l'occasion de
la fête chinoise traditionnelle Duanwu

Le lundi 14 juin 2021
Restaurant Festin d'Asie
15 rue d'Angleterre Nice



甜粽子
ou
咸粽子



La fête Duanwu ou Double Cinq est une fête chinoise traditionnelle célébrée le 5 du 5ème mois lunaire. L'aliment traditionnel qu'on mange à cette occasion est le Zongzi, un gâteau du riz gluant farci de différentes garnitures et enveloppé dans des feuilles de bambou.

Nous aurons le plaisir de vous accueillir le 14 juin pour découvrir cette fête et pour préparer ensemble les Zongzi dont vous emportez et dégustez avec vos proches.

Merci de vous inscrire en choisissant l'une des deux séances. Afin de respecter les consignes de sécurité, les places de chaque séance sont limitées.

Séance 1 : 14h-17h30, Séance 2 : 16h-17h30

(Inscription obligatoire)



法国蔚蓝海岸孔子学院
INSTITUT CONFUCIUS
CÔTE D'AZUR



Institut Confucius Côte d'Azur

**vous invite au vernissage de l'exposition
"Art contemporain franco-chinois"**

**Le 5 août 2021
Galerie Rosberg,
5 rue Grande, Saint-Paul de Vence**

**Cocktail dînatoire : 18h30
Introduction : " Le marché de l'art
contemporain chinois et les perspectives"**



法国蔚蓝海岸孔子学院

INSTITUT CONFUCIUS
CÔTE D'AZUR



Autour du thé



Rencontre culturelle et amicale à l'occasion de la fête chinoise de la mi-automne



Le mercredi 22 septembre 2021
Restaurant Festin d'Asie
15 rue d'Angleterre Nice

花
好
月
圓
共
庆
中
秋

La fête de la mi-automne est une fête chinoise traditionnelle célébrée le 15 du 8ème mois lunaire. L'aliment traditionnel qu'on mange à cette occasion est le gâteau de la lune, une pâtisserie chinoise en forme de pleine lune.

Nous aurons le plaisir de vous accueillir le 22 septembre pour découvrir cette fête et pour préparer ensemble les gâteaux de la lune que vous dégustez après.

Merci de vous inscrire en choisissant l'une des deux séances. Afin de respecter les consignes de sécurité, les places de chaque séance sont limitées.

Séance enfants : 10h30-12h,
Séance adultes : 15h30-17h.

(Inscription obligatoire)



法国蔚蓝海岸孔子学院
INSTITUT CONFUCIUS
CÔTE D'AZUR





I Remember

AVANT-PREMIÈRE
EN VOST

SUIVI D'UNE PRÉSENTATION SUR LE THÈME
"LA CHINE AU MIROIR DE SON CINÉMA CONTEMPORAIN"

VENREDI 04 FÉVRIER
À 19H00

RÉSERVER MAINTENANT

法国蔚蓝海岸孔子学院
INSTITUT CONFUCIUS
CÔTE D'AZUR

MEGARAMA

La fête chinoise traditionnelle Duanwu

Le 3 juin 2022
14h30 à 16h
Restaurant Vogue d'Asie
10 Rue Alphonse Karr, Nice

Nous aurons le plaisir de vous accueillir pour une rencontre à l'occasion de la fête chinoise traditionnelle Duanwu ou Double Cinq.

Au programme

- Découverte de la fête traditionnelle Duanwu
- Dégustation de Zongzi, l'aliment traditionnel
- Remise des prix aux lauréats du concours de la poésie
- Remise des certificats HSK et des prix aux lauréats

法国蔚蓝海岸孔子学院
INSTITUT CONFUCIUS
CÔTE D'AZUR

Conférence

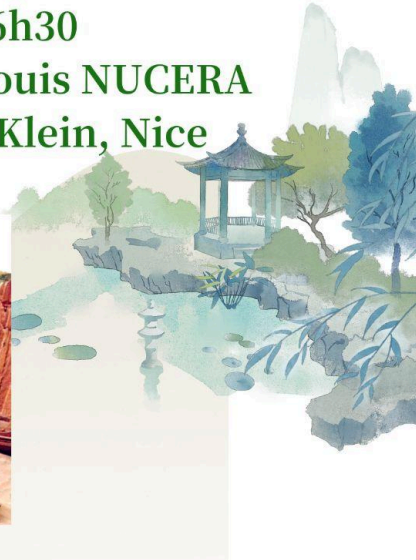
Dans le sillage de Zheng He, le grand Amiral de la flotte au trésor

21 octobre 2022

15h-16h30

Bibliothèque Louis NUCERA

2 Place Yves Klein, Nice



Nul, en Europe, n'ignore les explorations de Vasco de Gama et autres voyageurs dans l'océan indien à la fin du XVème siècle. Mais qui connaît les nombreuses expéditions que menèrent les Chinois dans ce même océan bien avant eux ?

Entre 1405 et 1433, deux Empereurs de la dynastie Ming envoyèrent chez les « barbares » de plus de 30 pays : royaumes d'Asie du sud-est, d'Inde, d'Arabie et même d'Afrique de l'est, 7 expéditions maritimes commandées par le grand Amiral Zheng He, eunuque musulman...

Professeur, retraitée, Chantal Daupez a vécu de nombreuses années en Asie. Lors du séjour en Chine, elle approfondit ses connaissances et, de retour en France, elle fut invitée à présenter plusieurs conférences sur la Chine. A Nice, elle intervient depuis près de 20 ans à titre de conférencière dans de nombreuses rencontres culturelles de la région.



法国蔚蓝海岸孔子学院
INSTITUT CONFUCIUS
CÔTE D'AZUR

**Institut Confucius Côte d'Azur
vous invite**

**à l'exposition de Zhu Yan, artiste chinoise
(1-30 décembre 2022)**

Le Coin Des Artistes

9 Route d'Opio, le Rouret

**Vernissage : samedi 3 décembre 2022, à 11h
suivi d'un cocktail déjeunatoire**



法国蔚蓝海岸孔子学院
INSTITUT CONFUCIUS
CÔTE D'AZUR



L'Institut Confucius Côte d'Azur vous
invite à participer au

Grand concours de poésie chinoise en trois vers 2022

Date limite d'inscription au concours
27 mars 2022 à minuit, heure de Paris



春天

燕子呢喃
春天给人间披上了华丽的衣裳
像火 像雪 像霞

Trois groupes :

1. Enfants (moins de 12 ans)
2. Adolescents (12-17 ans inclus)
3. Adultes (18 ans et plus)

Pour participer :

Envoyer le formulaire d'inscription ci-joint et votre
œuvre, par mail à concours.cccparis@gmail.com en
mettant en copie contact@confucius-cotedazur.fr

Publication des résultats

Date : le 20 avril, journée de la langue chinoise des
Nations Unies

Voir détails du document ci-joint.



法国蔚蓝海岸孔子学院
INSTITUT CONFUCIUS
CÔTE D'AZUR

Annexe 7 : Le grand événement « Nice Baie des Lumières »

尼斯光之湾
Nice, baie des lumières
À LA RENCONTRE DE LA CHINE

A.D.R. ET BORUI PRÉSENTENT
**29 NOVEMBRE
- 23 FÉVRIER
18H-23H**

FESTIVAL DE LANTERNES CHINOISES
SPECTACLES - GASTRONOMIE - ARTS MARTIAUX
NICE · PARC PHOENIX

BAIEDESLUMIERES.COM
A.D.R. VILLE DE NICE BORUI

BoConcept C.A.P. COSE & AZURE ACQUINTE M&C
nice-matin R&M&S YEGUUA

Annexe 8 : Certaines photos des activités culturelles organisées par l'ICCA







春

春天是万物复苏的季节，
细雨赋予了小草新的生机。

花蕾逐渐盛开，
散发着让人难忘的香气。

燕子歌唱着春天的名字，
享受着它们最喜爱的节日。

- Lorenzo Incardona

