
Logiques de réseautage : différences culturelles entre la France et la Chine

Pei LIU

** Doctorante - Ater*

*IUT Toulon – Université du Sud Toulon-Var
Département Techniques de commercialisation
Chercheur au Laboratoire I3M
Université du Sud Toulon-Var - BP 20132 - 83957 La Garde Cedex*

Sections de rattachement : 71

Secteur : Tertiaire

RÉSUMÉ.

La définition de réseau au sens propre s'est progressivement enrichie d'un sens figuré pour en arriver au réseau actuel qui désigne des formes entrelacées et interconnectées. Nous nous intéressons dans ce travail à la notion de réseautage (networking) qui correspond à la capacité d'acteurs humains à mobiliser les réseaux.

Si la notion de réseau se définit de façon très similaire en Chine et en France, le réseautage est au cœur de la culture chinoise. A la base du réseautage en orient, on trouve la notion de Guanxi qui se définit comme une ressource sociale et interpersonnelle (Lovett et al, 1999) que possède une personne dans le but d'avoir certains avantages politiques ou économiques

La différence entre réseautage en France et en Chine se situe à plusieurs niveaux. Nous souhaiterions faire ressortir cette spécificité chinoise en proposant un détour par la philosophie chinoise. Nous pourrions ainsi voir les conséquences de ce réseautage dans la vie quotidienne et présenter quelques expérimentations que nous avons conduites pour révéler ces différences culturelles.

MOTS-CLÉS : *réseautage, culture, France, Chine*

1. Introduction - réseau

Le terme de réseau correspond au sens étymologique du terme jusqu'au XIIe siècle à un « petit filet utilisé pour la chasse et la pêche ». Cette définition au sens propre s'est progressivement enrichie d'un sens figuré pour en arriver au réseau actuel qui désigne des formes entrelacées et interconnectées. Le réseau social est composé de l'ensemble des entités sociales telles que les gens ou les organisations reliées entre eux par différentes relations. Il représente la structure sociale s'assemblant par tous les types de rapports sociaux. Il peut être représenté, comme dans l'analyse des réseaux sociaux par des graphiques appelés réseaux composés de sommets et d'arêtes qui illustrent en général les individus et les divers rapports sociaux existant entre eux.

Nous nous intéressons dans ce travail à la notion de réseautage (networking) qui correspond à la capacité d'acteurs humains à mobiliser les réseaux.

Si la notion de réseau se définit de façon très similaire en Chine et en France, le réseautage est au cœur de la culture chinoise. Nous souhaiterions faire ressortir cette spécificité chinoise en proposant un détour à la philosophie chinoise. Nous pourrions ainsi voir les conséquences de ce réseautage dans la vie quotidienne et présenter quelques expérimentations que nous avons conduites pour révéler ces différences culturelles.

2. Le Guanxi - Le cœur du Réseautage en Chine

A la base du réseautage en orient, on trouve la notion de Guanxi qui, dans la société chinoise, est comme une vitamine sans laquelle on ne peut pas vivre. Ce terme a fait l'objet d'études nombreuses en gestion, en économie, en sociologie ainsi qu'en anthropologie. Certains chercheurs parlent du Guanxi comme d'une ressource sociale et interpersonnelle (Lovett et al, 1999) que possède une personne dans le but d'avoir certains avantages politiques ou économiques. Il marque la valeur de capital social accumulé par une personne (Warren et al., 2004). D'autres l'associent à l'ensemble des relations ou connexions entre des personnes (Park et Luo, 2001). En Chine, le Guanxi est mobilisé non seulement pour des raisons professionnelles, mais aussi dans la vie quotidienne. Dès sa naissance, le bébé profite du Guanxi établi par ses parents (Yan 1996, 2000). C'est un phénomène omniprésent en Chine. Nous pouvons être recrutés pour la seule raison qu'on possède de bons Guanxis (Aufrecht and Bun, 1995). La figure 2 représente le Guanxi d'une personne (figurant au centre) par des cercles concentriques successifs qui correspondent à un certain niveau d'intimité en fonction de leur proximité du centre du cercle.

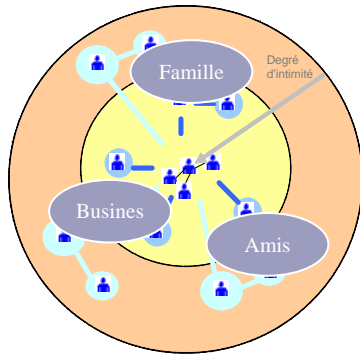


Figure 1 : *Guanxi avec différents degré d'intimité*

Le fait que deux personnes se connaissent ne signifie pas qu'ils ont un Guanxi entre eux. Si A connaît B mais A n'a jamais rendu de service à B et réciproquement, A et B n'ont pas de Guanxi. Le Guanxi demande une obligation mutuelle. Il est considéré par certains chercheurs comme une seconde monnaie en Chine car en tirant profit du bénéfice du réseau, on s'oblige à rendre un service plus qu'équivalent à celui qui nous a été rendu au risque de perdre la face aux yeux du groupe.

Le réseau chinois est construit autour d'une personne et tous les autres sont liés à lui par différents types et degrés de Guanxi (familial, amical, professionnel etc.). Plus la personne est proche du centre, plus grande sera l'intimité de Guanxi qu'elle a avec. Le réseau est entretenu soigneusement par son propriétaire qui a une vision claire sur : qui sait quoi, qui connaît qui et qui pense à quoi. Lors qu'on doit agir ou qu'on a un problème à résoudre, le chinois pense en premier lieu à mobiliser son réseau en mesurant le niveau de Guanxi sur lequel le réseau repose.

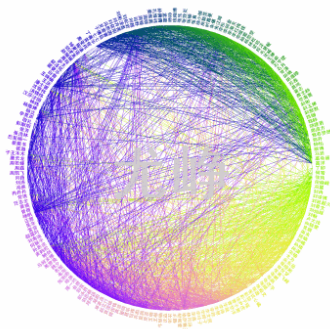


Figure 2 : *le réseau d'une étudiante chinoise à l'Ustv*

La figure 3 montre le réseau d'une étudiante chinoise à Toulon. Les points verts en périphérie du cercle correspondent à ses amis d'école secondaire, les bleus à ses amis de lycée et les jaunes à ses amis en France. Ce réseau permet donc de rendre compte de plusieurs périodes de vie de cette personne et des interactions entre elles.

2.1. Les déterminants de Guanxi dans la philosophie bouddhiste

La spécificité de la culture de Guanxi peut être comprise par l'éclairage de la philosophie orientale. Les chinois sont influencés par la philosophie bouddhiste et ils croient que tous les phénomènes se posent dans un contexte d'un réseau de sommets mutuellement interdépendants dans l'espace-temps. Appelons cette interdépendance Yuan, Toute naissance est l'effet de l'arrivée de Yuan ; lors que Yuan part, tout disparaît. (Lai 2003, Cai 1990, Wei 1982, Fo 1992, Duo 1996, 2006)

« Ceci étant, cela devient ; ceci apparaissant, cela naît.

Ceci n'étant pas, cela ne devient pas ;

ceci cessant, cela cesse de naître . »

-----« Samyutta Nikaya 雜阿含經 »

Quelle que soit la forme que nous prenions, quand nous sommes situés dans le monde, nous sommes un nœud dans un espace multidimensionnel (espace-temps). Autrement dit, nous sommes juste des nœuds à l'interconnexion avec un réseau qui reçoit des flèches et ensuite les envoie à d'autres. (Voire Figure 3)

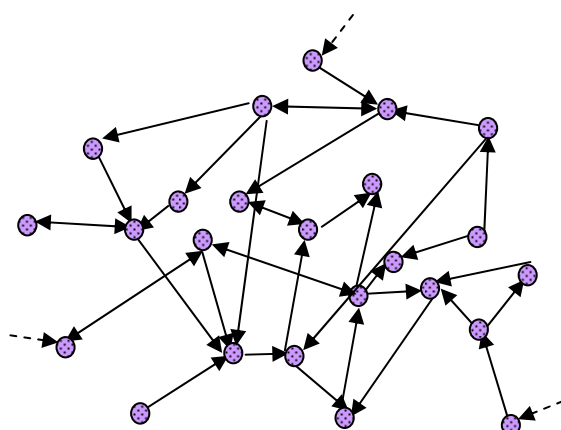


Figure 3 : Web complexe de la causalité et du résultat

Deux personnes peuvent se connaître ou établir le Guanxi entre elles grâce à Yuan. Comme le "Yuan" produit des résultats, la relation entre les personnes se transforme de cause en effet. Par conséquent, une personne qui connaît beaucoup de gens a beaucoup de "ren yuan". Elle peut produire de nombreux résultats et en tirer des avantages. Ces résultats et les avantages peuvent également être échangés contre d'autres faveurs en vue de parvenir à certaines fins. C'est ce qui se passe au sein d'un réseau informel (Lovette et al., 1999). Puisque le Yuan est puissant, quelqu'un qui possède beaucoup de Guanxi est puissant.

2.2. *Le déterminant de Guanxi par la philosophie de Sunzu*

La culture Guanxi peut également être expliquée par la vision de la force de la situation. M. Sunzu a exprimé dans l'art de la guerre qu'un commandant habile recherche la victoire dans la situation et ne l'exige pas de ses subordonnés. Quelqu'un qui possède de bons Guanxi, peut toujours se positionner lorsque la situation est favorable.

« Un commandant habile recherche la victoire dans la situation et ne l'exige pas de ses subordonnés. »

-----« L'art de la guerre » par Sunzu

Si on considère chaque lien de réseau Guanxi comme un filet d'eau, quelqu'un qui a beaucoup de liens de Guanxi possèdera une force comme l'eau des torrents qui dévale la montagne.

Avant l'action, les chinois tracent le chemin de la réussite en marquant une liste nominative de gens sur le chemin. Ils évaluent les Guanxi afin de pouvoir transformer de façon insensible et silencieuse une mauvaise situation en bonne situation.

3. *La différence culturelle de réseautage entre France et Chine*

La différence entre réseautage en France et en Chine se situe à plusieurs niveaux

- Dans la culture occidentale, le réseautage est une stratégie pour créer un réseau (Marcon & Moinet 2007) alors que dans la culture orientale le réseautage est un outil au service d'une stratégie. En fonction de différents objectifs, les membres du réseau de Guanxi seront mobilisés en sorte de favoriser le chemin vers la réussite.
- Dans la culture occidentale, le réseautage est socialement dévalorisé alors qu'il est admis reconnu et valorisé en Chine

- Enfin la pratique de réseautage est beaucoup plus pratiquée en orient qu'en occident. On peut s'en apercevoir lorsqu'on étudie les pratiques professionnelles mais aussi ce qui se passe au niveau de citoyens.

4. Partie expérimentale

Dans le cadre de la thèse que nous conduisons, nous avons effectué différentes expérimentations prenant la forme d'entretiens qualitatifs, de questionnaires et d'analyses webmétriques. Nous souhaitons resituer ici une analyse webmétrique que nous avons réalisée.

Nous avons réalisé une étude quantitative qui porte sur les messages échangés par des personnes inscrites sur Facebook et Xiaonei.com (Xiaonei est une forme de réseau social réservé aux anciens élèves un peu à la manière du site français copains d'avant). Nous nous intéressons à des corpus constitués d'étudiants et d'enseignants chinois et français. Nous avons tout d'abord analysé le type de messages (plus ou moins sérieux) échangés. Les résultats montrent qu'il n'y a pas de différence significative dans les deux cas. Les messages reçus des étudiants sont plus ludiques alors que les professeurs en reçoivent de plus sérieux. Les résultats obtenus nous ont incités à aller plus loin.

Nous nous intéressons ensuite à la relation entre l'expéditeur et le destinataire de messages. Nous avons construit un corpus de messages laissés sur le mur de professeurs français en Facebook et ceux de professeurs chinois sur Xiaonei.com. Les messages laissés par l'étudiant sont marqués en bleu et violet pour ceux qui sont laissés par des amis ou des collègues. Le résultat est présenté par la **Figure 4**, le cercle à l'extérieur (100% violet) représente le résultat des français et celui de l'intérieur représente le résultat des professeurs chinois.

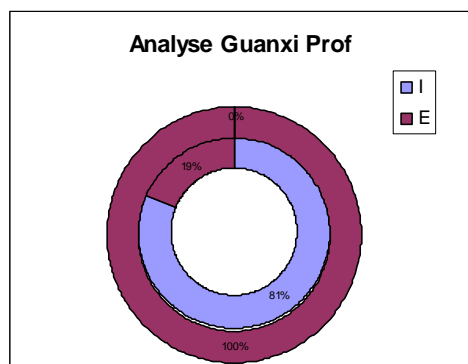


Figure 4 : Analyse de Guanxi (Professeurs chinois et français)

Nous avons pu observer qu'en France, les étudiants ne s'adressent pas aux professeurs sur Facebook alors qu'il en va différemment en Chine. En France, les professeurs

communiquent avec leurs amis ou leurs collègues alors qu'en Chine 81% des messages publiés sur l'espace des professeurs chinois sont laissés par des étudiants qui leur envoient des civilités, qui les sollicitent lors qu'ils ont des soucis : le professeur donne alors des conseils et encourage les étudiants. Sans doute s'agit il d'un moyen de créer une relation de type Guanxi avec le professeur. Pour l'instant les résultats ne sont qu'exploratoires car ils portent sur un petit nombre d'étudiants et d'enseignants dans les deux cas.

5. Conclusions et perspectives

Cette expérimentation reste exploratoire ; elle semble confirmer la tendance des chinois au réseautage. Mais afin que le résultat soit plus étoffé et significatif quantitativement, il nous faut continuer et travailler sur plus d'échantillons, et affiner des recherches sur

- Les réseaux ou la communauté virtuelle
- Le comportement sur Internet
- Une analyse comparative entre la vie réelle et virtuelle
- L'effet de capital social sur Internet etc.

Bibliographie

Aufrecht S.E., Bun L.S., « Reform with Chinese Characteristics: The Context of Chinese Civil Service Reform », *Public Administration Review* 55, 1995, p. 175-183.

Cai H., « The standpoint of the primitive buddhism (原始佛教的缘起观) », *Dharmaghosa (The Voice of Dharma)*, vol 05, 1990, p. 25-27.

Duo S., « Some characters of Buddhism different from the other religion », *Tibetan Folklore*, vol 03, 1996, p. 52-64.

Duo S., « Several Key Features of the Difference between Buddhism and Other Religions », *N.W.Ethno-National Studies*, vol 02, 2006, p. 52-61.

Fo R., « Dependent origination and nature origination », *Dharmaghosa (The Voice of Dharma)*, vol 04, 1992, p. 7-15.

Lai Y., « The interdependent arising is the fundamental theory of Buddhism », *Social science Front*, vol 5, 2003, p. 50-52.

Lovett S., Simmons L. C. and Kali R. (1999), Guanxi Versus the Market: Ethics and Efficiency, *Journal of International Business Studies* 30(2), 231-248.

Marcon C. & Moinet N., (2007), *Développez et activez vos réseaux relationnels*. Dunod, Paris

Park S. H., Luo Y., « Guanxi and Organizational Dynamics: Organizational Networking in China Firms », *Strategic Management Journal*, vol 22(5), 2001, p. 455–477.

Warren D.E., Dunfee T.W., Li N., « Social Exchange in China: The Double-Edged Sword of Guanxi », *Journal of Business Ethics*, vol 55, 2004, p. 355-372.

Wei A., « The dependent origination-the core of Buddhism », *Dharmagosa (The Voice of Dharma)*, vol 01, 1982, p. 31-33.

Yan Y., *The Flow of Gifts, reciprocity and social network in a Chinese village*, Stanford, 1996.

Yan Y. *The Flow of Gifts in a Chinese village*, Shanghai People Publications, (2000). 阎云翔, 礼物的流动 — 一个中国村庄中的互惠原则与社会网络, 上海人民出版社, 2000.