

RÔLE ET ENJEUX DE L'INFLUENCE CULTURELLE DANS LES RELATIONS INTERNATIONALES

[François Chaubet](#)

IRIS éditions | « [Revue internationale et stratégique](#) »

2013/1 n° 89 | pages 93 à 101

ISSN 1287-1672

ISBN 9782200928742

DOI 10.3917/ris.089.0093

Article disponible en ligne à l'adresse :

<https://www.cairn.info/revue-internationale-et-strategique-2013-1-page-93.htm>

Distribution électronique Cairn.info pour IRIS éditions.

© IRIS éditions. Tous droits réservés pour tous pays.

La reproduction ou représentation de cet article, notamment par photocopie, n'est autorisée que dans les limites des conditions générales d'utilisation du site ou, le cas échéant, des conditions générales de la licence souscrite par votre établissement. Toute autre reproduction ou représentation, en tout ou partie, sous quelque forme et de quelque manière que ce soit, est interdite sauf accord préalable et écrit de l'éditeur, en dehors des cas prévus par la législation en vigueur en France. Il est précisé que son stockage dans une base de données est également interdit.

Rôle et enjeux de l'influence culturelle dans les relations internationales

François Chaubet

Professeur d'histoire contemporaine à l'université de Nanterre Paris-Ouest.
Spécialiste d'histoire culturelle et intellectuelle, il a notamment publié,
en collaboration avec Laurent Martin, une *Histoire des relations culturelles
dans le monde contemporain*, Armand Colin, 2011.

Depuis la fin de la Guerre froide et de cet antagonisme idéologique simplificateur, la complexité du nouveau monde globalisé, où les rapports de force s'avèrent plus mouvants, suscite une attention renouvelée sur ces mécanismes subtils de la puissance diplomatique que révèle l'influence culturelle. Le recours fréquent à l'expression anglo-saxonne « *soft power*¹ » traduit le « moment gramscien » des relations internationales, dans lequel l'hégémonie symbolique compte autant dans la balance des pouvoirs que les déterminants matériels classiques (démographie, armée, économie). Si le *soft power* signifie la capacité à façonner les préférences des autres, à structurer efficacement par la séduction de ses messages l'univers des relations diplomatiques, cette donnée est à la fois ancienne mais aussi en voie de transformation rapide.

En effet, peser sur autrui en exhibant ses réalisations culturelles remonte à loin. Les États italiens à la Renaissance, Louis XIV ont, par exemple, joué de cet outil. Mais l'action culturelle moderne date de la fin du XIX^e siècle, quand

1. Voir le premier livre de Joseph S. Nye où il théorise cette notion, *Bound to lead : the Changing Nature of American Power*, New York, Basic Books, 1990.

L'influence culturelle ne peut être pensée aujourd'hui de la même façon qu'au temps du livre triomphant et du conférencier globe-trotter de la première moitié du ^{xx}e siècle

quelques pays européens (France, Italie) commencèrent à déployer dans le monde un réseau d'écoles, d'instituts ou de comités associatifs (Alliance française, Dante Alighieri), relais indirect et diffus du message diplomatique national. Depuis une vingtaine d'années, nombre de pays parmi les plus dynamiques de la scène mondiale (Corée du Sud, Chine, Brésil, Espagne) s'activent sur le front culturel afin d'accompagner leur montée en puissance économique. La Chine

prévoit ainsi d'ouvrir 1 000 Instituts Confucius à l'horizon 2020.

S'il convient donc de rappeler le rôle historique joué par l'action culturelle extérieure dans l'histoire des relations internationales, et tout particulièrement pour la France¹, nous indiquerons cependant que les enjeux actuels d'une ambitieuse politique culturelle extérieure tendent à se redéfinir. D'une part, avec des contenus culturels profondément transformés depuis cinquante ans (la révolution des satellites) et l'essor du numérique, devenu objet central de médiation et de diffusion des informations, l'influence culturelle ne peut être pensée aujourd'hui de la même façon qu'au temps du livre triomphant et du conférencier globe-trotter de la première moitié du ^{xx}e siècle. D'autre part, les acteurs culturels internationaux ont été multipliés : publics (collectivités locales, universités, grandes écoles d'ingénieurs ou de commerce), parapublics (fondations) ou privés (organisations non gouvernementales, grands groupes de médias, entreprises) contraignant les appareils diplomatiques culturels à des adaptations.

Sans penser donc à la nécessité d'une politique de la table rase, un véritable *aggiornamento* paraît s'imposer.

Rôle : la culture au service de la puissance

Trois configurations se présentent au ^{xx}e siècle dans la description d'une action culturelle extérieure ambitieuse. Cette dernière peut accompagner la montée en puissance d'un pays particulièrement dynamique, qui s'efforce alors de mener une politique culturelle globale ; un deuxième cas de figure serait une puissance en net déclin (soit sur le plan militaire, soit sur le plan économique ou démographique) mais qui s'efforce à rester attractive grâce à une action culturelle ; enfin, on trouve des politiques bilatérales entre États où l'outil culturel permet

1. François Chaubet, Laurent Martin, *Histoire des relations culturelles dans le monde contemporain*, Paris, Armand Colin, 2011, chapitres 4 et 5.

de structurer plus profondément la relation, au bénéfice, surtout, de l'un des deux protagonistes.

Associer l'immatériel culturel à la puissance matérielle afin de cumuler les gains

Dans l'histoire du monde contemporain, seuls trois grands États ont traduit en actes une politique d'influence culturelle mondiale : la France dès les années 1870-1880, l'URSS dès les années 1920, les États-Unis après 1945. La Chine se trouve sans doute être le quatrième, depuis une dizaine d'années seulement (le premier Institut Confucius n'ouvre qu'en 2004, à Tachkent).

La France a certainement inventé, à la fin du XIX^e siècle (dans un contexte de déclin relatif), l'action culturelle extérieure moderne. À ce titre, parce qu'il a été imité jadis et qu'il inspire encore aujourd'hui curiosité (chez les Chinois et Japonais notamment), il convient d'évoquer de manière un peu détaillée ce modèle français. Il s'est caractérisé par la multiplicité des moyens d'action (l'envoi de livres et de conférenciers, de compagnies théâtrales et de films), d'une part, et la consolidation progressive d'un réseau matériel d'écoles puis de lycées et d'instituts culturels (le premier à Florence en 1908), d'autre part. Géré assez soupagement par le bas (les postes diplomatiques du côté des institutions publiques et par les comités Alliance française pour le secteur privé) plus que par la centrale parisienne, ce réseau mondial a ainsi évité les tutelles centralisatrices trop pesantes. Il connaît son apogée au début des années 1970. On distingue clairement, s'agissant des dates mentionnées (1880-1970), que cette action culturelle française a bénéficié d'une remarquable longévité, susceptible parfois de lisser les grands accidents historiques, tels celui de la période 1940-1944. Ainsi, à la sortie de la guerre, en 1946, les États sud-américains, traditionnellement fortement influencés par le modèle culturel français, ont été décisifs pour permettre à Paris d'abriter l'UNESCO. Plus largement, dans toute la période 1945-1975, ce réseau culturel (et l'arme nucléaire...) assure à la France

« de voyager en première classe avec un billet de seconde », selon le mot classique d'un diplomate allemand dans les années 1960.

L'action culturelle extérieure de l'URSS à partir de l'entre-deux-guerres, puis celle des États-Unis dans la période 1945-1960, empruntent à la France quelques principes d'action (le rôle du livre, la création d'instituts), mais innovent sur un point clé que constitue le recours précoce aux grands médias de masse. L'URSS crée le premier poste radio destiné au public international en 1924 et on sait

**L'action culturelle extérieure de l'URSS
à partir de l'entre-deux-guerres, puis
celle des États-Unis dans la période
1945-1960, innovent sur un point clé
que constitue le recours précoce aux
grands médias de masse**

le rôle prestigieux incarné par quelques grands cinéastes soviétiques (Sergueï Eisenstein, Vsevolod Poudovkine). En outre, le pays organise très habilement, dans les années 1930 et 1950, toute une série d'associations culturelles transnationales (les congrès du mouvement Pour la Défense de la culture, le Mouvement pour la paix en 1950).

Quant aux États-Unis, leur politique culturelle en temps de Guerre froide représenta un énorme effort intellectuel et conceptuel. Non seulement, ils

Jusqu'aux années 1970, le cœur de l'action culturelle de la plupart des grands États reposait sur la promotion de la « grande culture » à destination de publics « bourgeois »

surent promouvoir, grâce à une multitude d'acteurs privés (Hollywood) ou semi-publics (les musées, les fondations philanthropiques), à la fois la « haute » culture (la peinture américaine de l'École de New York par exemple à la fin des années 1950) et la « basse » culture (le jazz puis le rock dans leurs radios Voice of America ou Radio Free Europe). Mais aussi, ils conçurent habilement un message progressiste (« liberal ») pour ces pays européens afin d'attirer à eux le monde

de la gauche non-communiste d'alors. *In fine*, Marilyn Monroe, Louis Armstrong et Bob Dylan ont contribué au succès américain tout autant que le programme reaganien de « guerre des étoiles » au milieu des années 1980.

Le rayonnement culturel par défaut

Les cas d'États déclinant mais s'efforçant de rester attractifs par leur action culturelle sont plutôt rares dans l'histoire du xx^e siècle. Dans sa tentative de rétablissement diplomatique, l'Allemagne des lendemains du traité de Versailles (1919-1924) a joué la carte culturelle, à défaut d'avoir tout atout militaire ou politique en main. L'action de presse auprès des États neutres (Scandinavie) et, surtout, auprès des États-Unis, ainsi que la tentative de relancer les échanges scientifiques, ont constitué les principaux moyens d'actions diplomatiques utilisés par la jeune République de Weimar. L'exemple espagnol dans les années suivant la Seconde Guerre mondiale est encore plus parlant. Ruiné économiquement, discrédité politiquement par l'échec des régimes fascistes en 1945, la seule carte jouable pour le pays fut, aux yeux de Francisco Franco, d'abord celle de la culture et des échanges scientifiques, puis, dans les années 1950, celle du tourisme.

Approfondir une relation bilatérale par l'action culturelle

À une politique de puissance classique, la France a très souvent ajouté un volet culturel qui consolidait son emprise dans la relation. Son action culturelle en Tchécoslovaquie durant l'entre-deux-guerres (jusqu'à la crise de Munich qui

brise les liens bilatéraux) offre l'exemple paradigmatique d'une telle combinaison, dans laquelle la part culturelle fut capitale. Avec un institut culturel, un lycée français, le réseau d'Alliances françaises le plus dense au monde, la Tchécoslovaquie fut le terrain par excellence de cette « Europe française » que les élites françaises tentèrent de faire émerger. À un moindre degré de réussite, dans ces mêmes années, on pourrait décliner le cas de la Roumanie, voire celui de la Pologne. Dans les années 1950 et 1960, la République fédérale d'Allemagne (RFA) a fait l'objet d'un investissement culturel significatif, quand les instituts culturels fleurissaient jusque dans les villes moyennes.

Enjeux : la nécessaire redéfinition de la notion d'action culturelle

L'action culturelle classique par le livre ou l'apprentissage d'une langue supposait le temps long. Or, la fin du xx^e siècle coïncide avec la multiplication des informations, qui dicte de plus en plus un agir temporel court. Les médias audiovisuels et numériques, par leur réactivité, favorisent une influence culturelle établie désormais sur une temporalité liée à l'actualité. Ainsi, le terme et la pratique de « diplomatie publique », inventés par les Américains – les « quatorze points » du président Woodrow Wilson en 1917 furent la première intervention de la diplomatie publique contemporaine – pour désigner une politique d'information au sens large (qui inclut cependant les outils culturels classiques tels que le livre) offrent aujourd'hui le cadre d'exercice le plus adéquat aux politiques diplomatiques culturelles.

Enrichir la notion de culture en recourant aux médias

Jusqu'aux années 1970, le cœur de l'action culturelle de la plupart des grands États reposait sur la promotion de la « grande culture » à destination de publics « bourgeois ». Les Allemands soutenaient les tournées mondiales de certains de leurs grands orchestres, les Français envoyaient la Comédie française ou quelques autres prestigieuses compagnies (Louis Jouvet en Amérique latine en 1941-1942, Jean-Louis Renaud-Barrault en Amérique du Nord dans les années 1950-1960) à travers les continents. Le livre se trouvait également au faite de cette politique culturelle extérieure destinée à sauvegarder la place d'un idiome national dans le cœur des élites cultivées dispersées dans le monde. Mais peu à peu, et les Soviétiques et les Américains agirent de concert à peu près au même moment, une autre voie fut empruntée dans le recours aux médias de masse. L'approche culturelle « classique » a paru trop étroite au regard de la montée inexorable des médias de masse internationalisés à partir du début des

années 1960, puis de la diffusion de l'outil numérique dans les dernières années du xx^e siècle.

Au cours de ces trente dernières années, tous les États ambitieux en termes de politique culturelle ont développé une politique des médias audiovisuels, qu'il s'agisse notamment de créer des chaînes d'information en continu (CNN International et Al-Jazira incarnent l'excellence du modèle) ou, plus récemment, de se préoccuper d'une politique diplomatique numérique. CNN International a réussi à attirer vers elle les élites du monde entier, et ce défi reste plus ou moins celui de la plupart de ces organes audiovisuels extérieurs (Al-Jazira, quant à elle, est parvenue de façon remarquable à atteindre « l'homme de la rue »).

S'agissant de la France, cet investissement culturel dans les médias, aujourd'hui de 300 millions d'euros par an (plus de 25 % du budget du ministère des Affaires étrangères), s'est accompagné de la création de RFI (1975), de la chaîne francophone TV5 (1985), de celles d'Euronews (1993) et, surtout, de France 24 (2006). Cette dernière dispose aujourd'hui d'une triple diffusion en français, anglais et arabe auprès de 124 millions de foyers.

L'autre grande nouveauté, dans l'ordre de la diplomatie publique ces dernières années, renvoie à l'outil numérique, devenu à son tour un instrument politico-culturel à part entière quand les États ont décidé, vers 2005, de rompre avec le principe de neutralité de l'Internet. On assiste donc à une montée rapide de l'interventionnisme étatique, soit dans le sens d'un contrôle répressif (Chine), soit dans le sens d'une valorisation de certains contenus diplomatiques (politique de l'administration Obama depuis 2008). De plus en plus de diplomates en poste (parfois au plus haut sommet) ouvrent leurs blogs et tentent de créer un espace de dialogue nouveau. À ce titre, on peut sans doute songer, en référence à l'expérience ancienne (et payante) des attachés cinématographiques, à la possibilité de mettre dans certains postes des attachés chargés du numérique.

Une diplomatie culturelle de l'influence et de l'expertise

Peser, à court et moyen terme, dans le monde du symbolique mondialisé revient à mener une politique d'influence intellectuelle plus volontariste qu'auparavant. De nos jours, les idées qui comptent, les symboles forts viennent de toutes parts, d'Inde (le micro-crédit) ou du Canada (la réflexion sur le multiculturalisme), et plus seulement de deux ou trois pays européens. Mais si les innovations intellectuelles (et artistiques) ont des sources de plus en plus profuses, leur promotion relève toujours de mécanismes très concertés, puissants, qu'il s'agisse du rôle des grands éditeurs internationaux, de grands journaux ou chaînes de télévision en continu, ou encore de ces structures politico-intellectuelles à l'intersection du politique, du médiatique et du monde universitaire que sont les *think tanks* (anglo-saxons pour l'essentiel, même si l'Allemagne compte également quelques institutions puissantes). Jusqu'aux années 1970, les idées françaises s'exportaient pour ainsi dire « toutes seules », par capillarité uni-

versitaire et intellectuelle (de Jean-Paul Sartre et Albert Camus aux succès de la « déconstruction » française aux États-Unis à partir des années 1980). Mais faute d'auteurs français (sauf sans doute un Alain Badiou ou un Jacques Rancière) bien repérables sur le marché des idées devenu mondialisé (l'Inde a réussi une formidable percée universitaire dans certains domaines des sciences humaines tel celui des *subaltern studies*), la valorisation des idées débattues dans l'Hexagone a certainement beaucoup moins de visibilité qu'autrefois. Le récent Institut français, institution publique, a compris la nécessité de jouer un rôle plus actif dans ce domaine où la conférence de jadis (dans un centre culturel ou dans

une Alliance française) ne suffit plus à assurer le rayonnement des idées. Par exemple, le domaine de la réflexion géostratégique reste un des points forts traditionnels du monde intellectuel américain et britannique et de leurs *think tanks*. Faute d'équivalents français bien solides dans ce domaine (sauf le Centre d'études et de recherches internationales [CERI] de Sciences Po et l'IRIS), et à moins

de dégager une nouvelle structure dotée de la taille critique (en termes de chercheurs, d'une bonne combinaison entre universitaires et praticiens), le renforcement de la collaboration avec certains centres universitaires mériterait au moins une attention nouvelle. Dans un autre domaine, sur le modèle des universités américaines, la multiplication, ces dernières années, d'antennes scolaires de certaines grandes écoles de commerce (l'Institut européen d'administration des affaires [INSEAD] à Singapour) ou d'ingénieurs (Centrale en Chine) françaises doit conduire à tenter de mener une politique durable d'influence vis-à-vis de cette population d'anciens élèves.

Un autre domaine de l'influence, plus singulier et aussi plus technique (celui du droit romano-germanique par opposition à la *Common law* anglo-saxonne par exemple, mais aussi du tourisme, de la « réforme de l'État »), relève de la diplomatie de l'expertise internationale¹. Marché économique considérable (100 milliards d'euros par an et 5 000 milliards induits), des démarches sont en cours depuis quelques années pour insérer une présence française dans les instances (à Genève, New York, Bruxelles, Vienne) où se débattent des normes et règles en matière de développement, ou pour travailler directement dans certains pays en pleine croissance. Récemment, le projet Louvre Abou Dhabi, porté par l'Agence France-Muséums, pourrait très bien se ranger dans cette catégorie de l'expertise technique de haut niveau où une influence de long terme se trame derrière des œuvres tangibles et des compétences intellectuelles de haut vol. À mi-chemin des problématiques du tourisme international (Abou Dhabi est le grand *hub* entre Europe et l'Asie) et de celle du rayonnement

**Peser dans le monde
du symbolique mondialisé revient
à mener une politique d'influence
intellectuelle plus volontariste
qu'auparavant**

1. Nicolas Tenzer, *Quand le France disparaît*, Paris, Grasset, 2008.

culturel, dans le cadre d'une action assumée par un acteur culturel international inédit (l'institution muséale), le projet Louvre illustre aujourd'hui tous les changements en cours au sein de l'action culturelle extérieure, où l'économie tient la main à la culture, où une Agence technique (France-Muséums) prend le pas sur les instances culturelles classiques (les instituts culturels). Est-ce à dire qu'il faut en finir avec le dispositif matériel projeté dans le monde depuis plus d'un siècle que constitue ce réseau, le premier au monde, si l'on additionne les 461 établissements scolaires lycées français (2010), les 101 Instituts français (2012) ou les 1 000 Alliances françaises ?

Garder le sel de l'ancienne action culturelle

Ce réseau reste cependant irremplaçable¹. Bien qu'il ait été souvent critiqué pour son immobilisme (il est souvent difficile de fermer ces établissements souvent implantés de longue date) ou pour sa perte d'audience, il demeure le cadre privilégié de rencontres et d'expériences humaines de type « qualitatif ». L'Alliance française, fondée en 1883, forte d'un public de 500 000 étudiants, capitalise souvent à merveille sur une histoire déjà ancienne. On le voit, par exemple, dans l'organisation de certains de ces comités, qui voient les enfants ou les petits-enfants d'anciens membres accéder à leur tour aux responsabilités de certains de ces comités locaux. Durant ces trente dernières années, ce réseau des Alliances a su remarquablement se moderniser (dans son enseignement de la langue aussi bien que dans sa gestion de ses bibliothèques) et atteste, de façon décentralisée, du maintien, discret mais réel, d'une présence culturelle française sur tous les continents.



La question des relations culturelles internationales s'est profondément transformée en trente ans. Nouveaux acteurs (les nouveaux médias numériques), nouvelles problématiques (l'influence technique), nouvelles cibles culturelles à séduire impérativement (les 3 millions d'étudiants étrangers dans le monde en 2008), nouveaux gisements économico-culturels à forer (le tourisme asiatique) : il ne suffit plus de penser le monde nouveau avec les seuls outils de la diplomatie culturelle classique. Mais la nécessité de regarder le monde qui vient ne doit pas conduire à une politique culturelle uniquement centrée sur le « présentisme » (celui du monde numérique) ou du « buzz » (celui des grandes machines médiatiques). La lenteur, la profondeur, la confiance, l'art du

1. Voir François Chaubet (dir.), *La culture française dans le monde Les défis de la mondialisation*, Paris, L'Harmattan, 2010.

«jardinage»¹ ou la modestie d'un travail quotidien de tissage des liens culturels restent les vertus indispensables d'une action culturelle conséquente. Parmi les grands acteurs culturels internationaux, la France, plus que d'autres pays, peut au moins compter sur l'avantage qu'offre sa profondeur stratégique réelle. Mais, en des temps de vaches maigres, la tentation de réduire les acteurs culturels et universitaires intérieurs (dont la vitalité conditionne leur capacité à s'exporter) et les acteurs extérieurs (les ambassades) à l'anémie, fragilise un peu partout, certainement, cette politique. Les gagnants resteront les États qui auront su ne pas tourner complètement le dos à l'avenir. ■

1. Xavier North, « Portrait du diplomate en jardinier. Sur l'action culturelle de la France à l'étranger », *Le Banquet*, n° 11, 1997.