

**DIPLOMATIE PUBLIQUE,
SOFTPOWER...
INFLUENCE D'ETAT**

SOUS LA DIRECTION
DE FRANCOIS-BERNARD HUYGHE
CHERCHEUR A L'IRIS



Une géopolitique sous influence ?

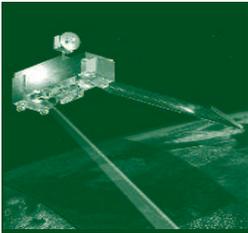
Politique internationale de prestige, diffusion de sa langue et de son modèle culturel, communication à destination des peuples étrangers ou de leurs élites, propagation de ses valeurs ou de son idéologie (voire de sa religion), réseaux d'agents ou d'alliés, il sera toujours possible de trouver un exemple ancien des politiques d'influence. Ce qui change avec notre époque est sans doute la dimension systématique et technique qu'a pris cette ancienne stratégie.

Comme le montre l'article de Charlotte Lepri, la guerre culturelle, le soutien aux mouvements idéologiques, voire artistiques favorables à son modèle, ou, tout simplement, l'utilisation de médias émettant à destination de populations étrangères sont des pratiques typiques de la Guerre froide. A l'époque, on parle d'une diplomatie publique destinée à « raconter l'Histoire » du point de vue des Etats-Unis et à sauter par dessus les gouvernements pour toucher les peuples.

Olivier Koch et Nicolas Arpagian nous prouvent ici que l'idée retrouve une nouvelle jeunesse. Le premier traite surtout des organisations et fondations qui relayent le projet étatique. Le second analyse la façon dont les USA misent sur les cyberdissidents et leurs apportent un soutien technique.

Avec un sens typiquement américain du mot « slogan », on parle désormais de « nouvelle diplomatie publique », de « smart power », de « e-diplomatie ». Mais sous la prolifération terminologique, on retrouve les règles constantes de l'influence, comme nous le rappelle Eric Delbecq. Et ce n'est pas un monopole US, ainsi que le démontre l'article de Barthélemy Courmont sur le softpower chinois. D'autres auteurs, dans des précédents numéros de l'Observatoire ont traité des chaînes internationales d'influence, des rapports des puissances politiques avec les réseaux numériques ou des révoltes dites « 2.0 ». Tous nous parlent géopolitique de la séduction.

François-Bernard Huyghe



Du « softpower » avant l'heure : l'exemple de la Guerre froide

*par Charlotte Lepri,
Chercheur à l'IRIS*

Si le concept de « softpower » n'a été inventé qu'en 1990 par Joseph Nye, il n'a pas pour autant été absent de la Guerre froide. Bien au contraire, cette période recèle d'exemples où les Etats-Unis ont cherché à imposer leur volonté aux autres par le biais de l'influence et de l'attraction. Il s'agissait ainsi de gagner la « bataille des idées » via l'exportation des valeurs (liberté, droits de l'homme, démocratie etc.) et de la culture américaines.

Diffusion de la culture...

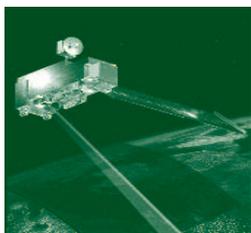
Le rôle de la culture pendant la Guerre froide est incontestable pour trois raisons principalement : tout d'abord, la culture est porteuse d'idée, et donc d'idéologie. Or, convaincre par les idées peut avoir un impact aussi fort, sinon plus, que de convaincre par la force. Par ailleurs, la culture, immatérielle et évanescence, ne connaît pas de frontière, de ligne de délimitation. Elle peut s'immiscer d'autant plus aisément dans d'autres pays qu'elle est difficile à contrer. Enfin, elle a toujours accompagné les plus grandes conquêtes, avec un lien fort entre puissance et rayonnement culturel, et donc entre politique et culture. Aussi, la lutte que se menèrent les deux blocs pendant la Guerre froide fut-elle surtout idéologique et psychologique : ce fut une guerre d'images, d'idées, de propagande, de désinformation et de pression diplomatique. La culture devint un enjeu décisif permettant de singulariser chaque camp et de convaincre le plus grand nombre.

L'expansion culturelle est selon Yves Eudes un « instrument à part entière pour la conquête, le maintien et l'expansion du leadership [...] qui repose [...] pour une bonne part sur l'intervention de l'Etat

fédéral ». Elle a ainsi servi les intérêts américains au moment où ces derniers entraient en compétition directe avec l'URSS – qui a fait de même de son côté. Mais les Etats-Unis ne pouvaient pas, tels les missionnaires européens du XIX^e siècle, imposer par la force leur culture. L'entreprise s'avéra plus complexe, mais ô combien plus intrigante : derrière les accords et traités officiels, des clauses favorisant l'expansion culturelle américaine ; derrière des institutions étatiques ou des fondations indépendantes, des opérations clandestines.

... au service du pouvoir

Il fallait « raconter l'histoire de l'Amérique au monde entier » – voire, pour reprendre les termes du sénateur américain Homer Capeheart, « vendre les États-Unis au reste du monde ». Tous les canaux, toutes les tribunes furent utilisés. Tous les arts furent politisés. D'un côté comme de l'autre, des écrivains, des artistes, des savants, des cinéastes furent mobilisés. De nouveaux mouvements, de nouvelles associations, de nouveaux journaux prirent naissance sous le feu des passions et des peurs. Partout, des campagnes de propagande étaient lancées. A l'Est et l'Ouest, les mêmes mots furent utilisés. Paix, liberté, justice, démocratie. Mais c'était pour désigner des réalités opposées. Directement ou indirectement, Américains et Soviétiques pilotaient, influençaient, finançaient les mouvements, associations, journaux qui prenaient naissance des deux côtés. Comme l'affirme Tony Shaw, « pratiquement tout, du sport au ballet de danse en passant par les bandes dessinées et les voyages dans l'espace, laissait supposer une ■■■



■■■ signification politique et pouvait être potentiellement déployé comme une arme afin d'à la fois former l'opinion américaine et subvertir les sociétés à l'étranger. »

Pour le gouvernement américain, la diplomatie culturelle (ancêtre du « softpower »), couplée aux politiques économiques et militaires, permettait de conserver l'allégeance stratégique de l'Europe de l'Ouest et de minimiser l'influence du communisme dans cette zone d'une manière bien plus insidieuse mais surtout bien plus persuasive que cela n'aurait pu être accompli avec des politiques plus directes et envahissantes. Mais qu'entend-on par diplomatie culturelle ? Il s'agit d'un « domaine de la diplomatie s'occupant d'établir, de développer et de maintenir des relations avec les Etats étrangers par le biais de la culture, de l'art et de l'éducation. C'est également un processus particulièrement actif de projection externe à travers laquelle les institutions, le système de valeurs et la personnalité culturelle d'une nation sont promus à un plan bilatéral et multilatéral ». Pour les Etats-Unis, il s'agissait de « faire progresser la cause de la paix en améliorant la compréhension réciproque entre le peuple des Etats-Unis et ceux des autres nations.».

Chaque camp défend « sa » liberté

Un certain nombre d'institutions et de programmes furent créés afin d'accroître les échanges entre les Etats-Unis et les pays européens : le programme Fulbright, les stations radios (Voice of America, Radio Free Europe...), les activités de diverses fondations (Fondation Ford, Fondation Rockefeller...), ou le soutien caché apporté aux syndicats font tous partie intégrante d'une machine diplomatique bien plus importante, dont le but était de créer des réseaux d'élites pro-américaines et, à terme, d'influencer les politiques des puissances étrangères en un sens favorable aux Etats-Unis. La CIA (Central Intelligence Agency) chargea l'Office de coordination politique (OPC, Office of Policy Coordination, créé

en 1948 et fusionné à la CIA en 1952) de mener des opérations secrètes en temps de paix. Dirigé par Frank Wisner, l'OPC créa entre autres le Congrès pour la Liberté de la Culture (Congress for Cultural Freedom).

Le Congrès pour la Liberté de la Culture fut une institution qui encouragea un consensus international anti-communiste au sein de l'élite intellectuelle durant la Guerre froide. Etant donné l'importance stratégique de la France pour les Américains à cette époque, l'élite intellectuelle française constitua une cible de premier choix. Le Congrès pour la Liberté de la Culture représenta à de nombreux égards un fascinant carrefour entre politique et culture. La correspondance entre les inquiétudes des intellectuels et les intérêts politiques fut un élément essentiel de la coopération entre l'Europe et l'Amérique du Nord – mais fut très vite perçu par certains comme un instrument hégémonique aux mains des Etats-Unis. En outre, un lien gardé secret entre la CIA et le Congrès pour la Liberté de la Culture a conduit certains observateurs à le considérer comme bien plus qu'un simple instrument de la politique étrangère américaine : ses intérêts intellectuels et culturels furent considérés comme un « écran de fumée » sur des politiques clandestines de contrôle. De la sorte, le Congrès pour la Liberté de la Culture semble avoir affecté non seulement la culture française, mais aussi la politique et la société françaises (via le financement de revues et d'événements culturels, et l'implication d'intellectuels de renom, comme Raymond Aron). Néanmoins, les appréciations concernant l'impact du Congrès se contredisent parfois – sûrement parce qu'il reste toujours difficile de mesurer une politique d'influence.

Toutefois, cette période met en lumière de manière flagrante les paradoxes américains, toujours perceptibles aujourd'hui (« the irresolvable contradiction », selon Gaddis Smith) : « Comment les Etats-Unis pouvaient-ils promettre de respecter le droit de chaque nation à déterminer son propre mode de vie et en même temps insister pour que ce mode de vie imite l'idéal américain ? ».



Les professionnels de la démocratie et la diplomatie publique 2.0

*par Olivier Koch,
Docteur en Sciences de l'information et de la communication,
Enseignant à l'université Paris XIII*

Les révolutions qui agitent le Maghreb et le Proche Orient sont apparues à de nombreux observateurs comme des mouvements spontanés. L'exaspération des peuples face à la précarité et le manque de liberté auraient servi de carburant à la révolte. Si cette perspective cible les conditions sociales des révolutions, elle omet cependant tout une part du volet géostratégique américain dont ces mouvements ont été l'objet. Cette lacune récurrente dans les analyses est probablement imputable aux « hésitations » de l'administration Obama dans les premiers temps de l'agitation. En effet, ces mouvements semblaient contredire l'équilibre des intérêts américains dans la région, notamment en Egypte.

Certes, ces révolutions ne sont pas de celles que la CIA pouvaient fomenter en Amérique latine ou ailleurs. L'interventionnisme étatsunien s'exerce d'une autre manière, sur le mode d'une diplomatie publique qui a misé pour beaucoup sur le modèle des « révolutions de velours ». Celles ci

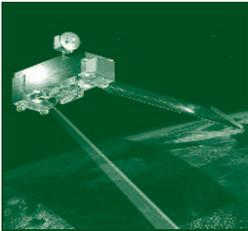
ont vu le jour en Europe centrale comme en Géorgie (2003), en Ukraine (2004) et au Kirghizstan (2005), et se sont développées plus tard au Moyen-Orient comme au Liban avec la révolution du Cèdre (2005). Ces révolutions reposent sur les conditions sociales du mécontentement mais aussi sur une construction avisée de la contestation. Dans ce travail de structuration collaborent des entrepreneurs de révolution nationaux et des professionnels de la promotion de la démocratie. Ainsi, à travers des réseaux d'ONG, des ressources extérieures sont acheminées aux acteurs locaux pour leur fournir à la fois des éléments logistiques et une expertise en démocratisation.

« Shapping the world »

L'engagement des Etats-Unis auprès de ces professionnels doit être replacé dans le cadre du globalisme stratégique des Etats-Unis. Depuis Reagan en 1983, l'exportation de la démocratie est au cœur de la politique étrangère, avec tout un dispositif institutionnel au sein duquel se

trouve la National Democracy endowment. Cette exportation consiste à façonner les environnements stratégiques à travers le monde de sorte à assurer et à défendre les intérêts américains. Le concept de « shapping the world » était au cœur de la Révolution dans les Affaires militaires sous le mandat de Bill Clinton, notamment par rapports aux nouveaux enjeux se dessinant en Eurasie après la fin de la guerre froide. Il reste lié à un projet de démocratisation du Moyen-Orient avec Georges W. Bush et s'affirme, sous le mandat de Barack Obama, à travers la promotion de règles de bonne gouvernance et de soutiens actifs aux sociétés civiles via les professionnels de la démocratie et de réseaux d'ONG. Ainsi le globalisme stratégique américain, au-delà de ses modalités de mise en application, demeure une permanence des États-Unis, que la présidence soit républicaine ou bien démocrate.

La singularité de l'administration de Barack Obama consiste cependant dans une certaine forme de retour- ■■■



■ ■ ■ -che de l'ère clintonienne. A cette époque prévaut en effet l'idée d'un élargissement possible des démocraties grâce au pouvoir doux de la communication, lequel fut mis en application à travers les « autoroutes de l'information » et le câblage de la planète. Ainsi, ce qui est repris par la secrétaire d'Etat Hillary Clinton est l'idée d'une démocratisation de certains pays au moyen de ce qui est perçu comme un potentiel libérateur des technologies de la communication.

Cette perspective, au cœur de la diplomatie transformationnelle américaine, est mise en œuvre dans la diplomatie publique 2.0 des Etats-Unis. Celle-ci, dont le manifeste — *The 21st century Statecraft* — est consultable en ligne sur le site de la Maison Blanche, mise pour l'essentiel sur le soutien et la formation aux cyberdissidents à l'étranger au nom de la défense de la libre circulation des flux de l'information et, plus généralement, du respect des droits de l'homme. Ainsi, le *Civil society 2.0* (un des volets du *21st Century Statecraft*) lancé en 2009 s'engage à reconnaître les dissidents à travers le monde et à leur fournir gratuitement les technologies numériques pour résister à la censure. Mais la formation à la démocratisation implique de prendre en compte des rapports économiques et de connivences plus complexes. Dans ce réseau de relations inter-

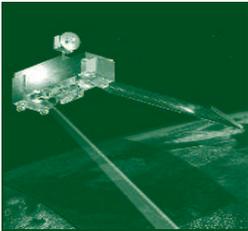
viennent l'administration américaine, des fondations, des ONG et des professionnels « historiques » de la démocratisation.

Un manuel de la démocratie ?

En la matière, l'exemple de la révolution égyptienne est assez éclairant. Dès 2008, un groupe de jeunes dissidents appelle à la grève générale via le réseau social Facebook. La mobilisation est alors très suivie : le Mouvement du 6 avril voit le jour. Certains de ses membres ont été formés aux techniques de la lutte non violente auprès d'anciens activistes serbes issus du groupe Otpor, qui fit tomber Milosevic à la fin des années 1990. Renommé le *Center for Applied Non-Violent Action and Strategies (CANVAS)*, ce dernier prodigue des conseils pratiques aussi bien en ce qui concerne les manifestations de rue que leur promotion et leur visibilité médiatiques. A travers les documents de références (films et écrits) de Gene Sharp — le fondateur de l'Albert Einstein Institution dont le « manuel de révolution démocratique » en langue arabe circule dans les pays en révolte — CANVAS avait déjà œuvré pour d'autres révolutions colorées comme celles d'Ukraine ou de Géorgie. Des acteurs locaux, souvent issus d'une classe sociale dite « cosmopolite », se réunissent dans le cadre de workshop pour se familiariser avec les techniques de l'action non-violente.

Un centre de formation international à la démocratisation pacifique est donc né. Il œuvre grâce à la Freedom House, dont une partie des financements provient du gouvernement fédéral américain, à fournir à des entrepreneurs de révolution une partie de la logistique dont ils ont besoin. Et CANVAS n'est pas seulement impliqué en Egypte. En 2009 ses techniques de résistances pacifiques sont enseignées à des activistes digitaux tunisiens, syriens et bahreïnis. Et cette ONG est engagée auprès de dissidents de plus de 40 pays à travers le monde.

Les professionnels de la démocratie et les fondations américaines de défense et de promotions des droits de l'homme apparaissent plus que jamais comme le fer de lance de la géopolitique américaine. Ce qui s'est produit dans le monde arabe permettra peut-être de provoquer la chute d'ennemis de longue date des Etats-Unis, comme la Lybie ou la Syrie, mais elle constitue surtout un dispositif info-stratégique qui permet d'actionner les leviers de différentes sociétés civiles dans la perspective du contrôle de l'Eurasie et, au-delà, de la grande rivalité avec la Chine. ■



Washington apporte son soutien technique aux cyberdissidents

*par Nicolas Arpagian,
Directeur scientifique du cycle Sécurité numérique à l'INHESJ,
Auteur, notamment, de La Cybersécurité, coll. Que Sais-Je ? (PUF)*

Chose promise... Lorsque Hillary Clinton annonçait dans un discours à Washington le 15 février 2011 que « les technologies de connexion constituaient des accélérateurs du changement politique, sociale et économique » et que son Administration allait débloquer une petite vingtaine de millions d'euros pour soutenir l'élaboration d'outils qui favoriseraient la liberté d'expression sur Internet, la concrétisation de ces promesses ne s'est finalement pas fait attendre. Puisqu'à la mi-juin, le New-York Times révèle que le Département d'Etat finance à hauteur de deux millions de dollars la mise au point d'un équipement mobile permettant de se connecter facilement au réseau des réseaux.

Ledit équipement tenant dans une valise, sa description renvoie évidemment aux heures glorieuses où les émetteurs radios clandestins étaient régulièrement déplacés pour déjouer la surveillance des autorités du pays. Qu'il s'agisse des occupants nazis durant la Seconde guerre mondiale, du régime soviétique ou de ses affidés par la suite ou plus récemment des mouvements de la guérilla sud-américaine. Avec la fourniture de tels appareils, Washington renoue avec les pratiques incarnées par exemple par sa radio Voice of America dont les messages pro-Occidentaux irriguaient les groupes d'opposition à travers l'empire soviétique. Ou comment le média devient un facteur de mobilisation et de coalition entre des groupes de résistants disséminés.

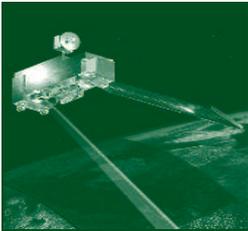
Alors que les régimes autoritaires intègrent de plus en plus la gestion des réseaux Internet et

téléphoniques dans leur arsenal répressif, l'annonce étatsunienne illustre la course technologique qui s'annonce. Avec une montée en puissance, et en robustesse, du glaive technique brandi par les autocrates. Tandis que leurs opposants s'ingénieront à bâtir le bouclier capable de contenir l'assaut numérique en question. A moins que les rôles soient inversés et que les gouvernements autoritaires se considèrent comme des citadelles assiégées...

Le Net : zone de tous les dangers ?

La technologie sur laquelle travaillent, grâce à ce financement fédéral, les experts de la « New America Foundation » pour finaliser cette valise communicante est somme toute secondaire. Puisqu'elle n'intéressera *in fine* que la communauté des informaticiens qui appréciera à sa juste valeur son caractère réellement innovant. Par contre, on devrait s'interroger sur les conséquences de la mise en circulation de telles armes technologiques.

Ainsi, on peut imaginer que leur capacité à contourner des dispositifs de censure du Net pourrait intéresser bien des entités criminelles : trafiquants de drogues, réseaux de pédopornographes et autres groupements mafieux. Une fois distribuées, il conviendrait de pouvoir assurer un suivi de ces machines. Ce qui pose inévitablement la question d'une éventuelle backdoor au sein de tels équipements. Avec la possibilité pour leur concepteur de les géolocaliser, de les espionner ou de les désactiver à distance. ■■■



■■■ Histoire d'éviter que les précédents tragiques se répètent. A l'instar des livraisons massives de RPG-7, les lance-grenades antichars portatifs – faites au début des années 1980 par Washington aux moudjahiddines pour les aider dans leur guerre contre l'Armée rouge. Ces armes, particulièrement maniables et efficaces malgré leur rusticité, se sont naturellement retrouvées dans les mains des talibans deux décennies plus tard. Reste donc à savoir comment les Etats-Unis vont

se prémunir contre de tels retournements. Pour éviter d'avoir à subir les effets de cet « Internet fan-tôme » qu'ils auront contribué à faire émerger. ■

Google : terrorisme et repentance

*par François-Bernard Huyghe,
Chercheur à l'IRIS*

La diplomatie publique US se pratique aussi par l'intermédiaire d'ONG ou de sociétés privées multinationales affichant des ambitions « citoyennes » ou « éthiques » : elles les poussent à intervenir hors des frontières américaines pour fournir une assistance technique à un mouvement dissident (en l'aidant à échapper à la censure gouvernementale, par exemple) ou encore pour propager des valeurs qui coïncident avec celles des démocraties occidentales. Quand ce n'est avec leurs intérêts géopolitiques.

Google, dont le slogan est « Do no evil », ne faites pas le mal, et dont nous avons analysé les déboires avec les autorités chinoises dans cette même lettre électronique, en est le parfait exemple.

La marque californienne semble décidée à aller un peu plus loin à travers son « think tank » ou son « think/do thank », comme elle préfère l'appeler : Google Ideas.

Fin juin, il organisait à Dublin une étonnante rencontre : le SAVE (Summit Against Violent Extremism). Il y avait l'habituel lot de représentants d'ONG et d'universitaires, mais aussi un public plus rare dans ce genre de rencontre : des « ex ». Comprenez environ 80 anciens membres de gangs de motards, skinheads, membres des FARC, islamistes et néo-nazis, tous repentants et désireux d'expliquer le chemin qui les a conduit à ces errances pour mettre en garde d'éventuels imitateurs.

Comprendre, combattre idéologiquement et finalement

supprimer le germe pervers de l'extrémisme violent (puisqu'à ses yeux, des positions politiques aussi diverses relèvent d'une unique cause, quasiment d'une maladie psychique, la radicalisation), voilà la nouvelle ambition de la firme californienne. Quand les géants de la technologie se proposent de sauver les âmes, voire le monde, ils redécouvrent des stratégies missionnaires. ■



L'influence ou la fabrique du consentement

*par Eric Delbecque,
Chef du département sécurité économique de l'INHESJ,
Auteur de La métamorphose du pouvoir (Vuibert)*

Il faut apprendre à reconnaître les logiques d'influence pour comprendre la nature de la puissance et des pouvoirs d'aujourd'hui. L'influence, c'est agir sur le sens, le manipuler, le fabriquer (Cf. Storytelling) pour l'imposer à ses interlocuteurs. Dès lors, le sens ainsi créé détermine le comportement de ces derniers, les amène à agir en conformité avec ce sens. Pour parvenir à ce résultat, il faut manipuler les contextes qui forment une situation, afin de maîtriser le sens qui en résulte (puisque celui-ci naît de la mise en relation desdits contextes).

Le « manipulateur » ayant prévu le sens qu'il construit, la décision de l'Autre correspond à ses attentes, à ses intérêts. La réussite de cette manipulation repose en partie sur le secret ou tout au moins sur le désintéret (mêlé d'ignorance) qu'y portent la plupart des individus. Apparaît dès lors, un consentement tacite à la manipulation des contextes et un conditionnement en douceur. L'influence fonctionne comme une véritable guerre psychologique puisqu'elle vise elle aussi à briser la volonté de l'Autre.

Au cœur de l'influence gît finalement une véritable aspiration au « gouvernement invisible » (lequel n'a toutefois rien à voir avec les théories du « complot ») qui fait l'économie de la contrainte, c'est-à-dire de la violence. Il s'agit au bout du compte de façonner les perceptions individuelles et collectives sans produire de résistance. C'est exactement là que voulait en venir Edward L. Bernays, l'un des pères de l'industrie des relations publiques, c'est-à-dire du spin, de la manipulation de l'opinion par les médias et de l'interprétation partisane des faits, de leur présentation partisane dans le cadre d'une démocratie (ce qui met décidément le spin à distance de la propagande).

Une influence 2.0 ?

Il n'est d'ailleurs question aujourd'hui que de stratégies d'influence dérivant de stratégies de marque, lesquelles calibrent leur médiatisation à travers des tactiques web toujours plus sophistiquées et des dispositifs de campagnes de communication multiformes, où prennent de plus en plus d'ampleur la présence sur les médias sociaux,

les mises en réseaux d'acteurs et la mise en scène de débats publics et autres concertations. Tout est ordonné à la maximisation de la corporate réputation. Tout est passé au peigne fin à travers des cellules de veille et d'études, via les études qualitatives les « analyses de médiation ». La publicité relève de la chirurgie : il faut être précis et décisif. Un support de campagne fait méditer longtemps... Quant à l'identité visuelle, elle doit induire les bons messages. La presse et l'édition d'entreprise soutiennent les valeurs de l'organisation et ne sauraient trébucher. On fait aujourd'hui des « diagnostics de présence numérique », de la « cartographie des publics », de la « veille et de l'analyse des discours », de « analyse d'influence » ou du « community management » : on se situe sans doute là au cœur de la logique de l'influence, qui travaille d'abord et avant tout la construction et la dynamique de l'image et de la réputation.

A partir de là, on sent aisément que les manifestations de l'influence sont infinies et quotidiennes. Il importe simplement d'en déceler les ■■■



■■■ plus importantes, les plus inquiétantes pour l'avenir en regard des enjeux sur lesquels elles s'exercent. Les industries culturelles américaines, le monde du conseil anglo-saxon, le développement de la pensée stipendiée de certains think tanks, les tentatives de dominance dans le cyberspace, le contrôle des normes et des standards dans le secteur de la défense, la prédation des technologies de souveraineté, constituent quelles illustrations majeures des combats de l'influence qu'il ne faut pas manquer.

Certains se révèlent parfois plus inattendus que d'autres. Quand Pékin rachète la dette espagnole, il faut aussi analyser le phénomène comme

une manœuvre consciencieusement exécutée sur l'échiquier de la stratégie d'influence chinoise. En effet, si l'« Empire du Milieu » détient aujourd'hui 43 milliards de la dette publique de Madrid (soit dix pour cent des titres en circulation), contre 5 milliards il y a seulement deux ans, ce n'est pas uniquement pour contribuer à l'équilibre économique international. Clairement, les autorités chinoises entendent démontrer qu'elles sont capables de réaliser ce que ni Bruxelles ni Washington ne veulent ou peuvent faire, c'est-à-dire stabiliser l'économie européenne ! Car ce n'est pas là un cas isolé : Pékin avait précédemment soutenu la Grèce et le Portugal. Victoire symbolique majeure qui contribue à façonner la per-

ception occidentale de l'Empire du milieu. De surcroît, l'opération bénéficie également à la Chine puisqu'elle peut ainsi placer ses excédents commerciaux à un taux rémunérateur sans prise de risques inconsidérée...

Notons encore que lorsque la première banque mondiale, à savoir l'Industrial and Commercial Bank of China, annonce l'ouverture de cinq nouvelles succursales à Paris, Bruxelles, Amsterdam, Milan et Madrid, l'influence de Pékin ne peut que s'en trouver confortée... On est là au cœur d'une authentique diplomatie publique... ■

*
* * *
*



Les outils du softpower chinois

*par Barthélémy Courmont,
Chercheur-associé à l'IRIS,*

Professeur de science politique à Hallym University (Chuncheon, Corée du Sud)

Le softpower est devenu, en 2007, la stratégie officielle de développement international de la Chine. Les effets de cette politique se mesurent aux quatre coins du monde, avec notamment des investissements massifs. Mais dans les faits, quels sont les outils que Pékin met au service de son softpower ?

La culture chinoise, l'histoire d'une des plus anciennes civilisations du monde, le raffinement de ses arts et de sa calligraphie, ou encore son héritage sont les piliers incontournables du softpower à la chinoise. Mais c'est surtout dans la manière dont ils sont aujourd'hui utilisés par Pékin, dans le cadre d'une stratégie globale, qu'on en découvre les caractéristiques. On assiste ainsi à une mise en avant de la Chine sous toutes ses formes, de sa culture plurimillénaire, de sa langue, de ses arts et de ses capacités en matière d'aide au développement dans de multiples régions. Les Instituts Confucius sont sans conteste la face la plus visible, et l'une des plus spectaculaires, de cette grande promotion. En 2004, un institut-pilote est testé en Ouzbékistan, puis un premier ouvre à Séoul. Sept ans plus tard, on en compte plus de 300 dans 88 pays, et Pékin a annoncé son souhait d'ouvrir pas moins de 1 000 instituts à horizon 2020.

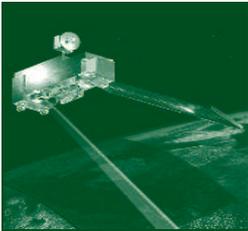
De même, s'inspirant des succès de Hollywood, Pékin pousse au développement de son industrie cinématographique, mais le cinéma chinois ne bénéficie pas de la même liberté d'expression artistique que d'autres pays. Les pouvoirs publics surveillent étroitement le contenu des œuvres, agissant comme une censure suspicieuse. La SAFRT (Administration

d'Etat pour les films, la radio et la télévision en Chine) contrôle ainsi le cinéma, et s'assure que les productions n'affectent pas l'image de la Chine. L'objectif est donc de se servir du cinéma pour glorifier la Chine et son histoire. A cet égard, les productions à grand spectacle de Zhang Yimou, qui fut également le directeur artistique de la cérémonie des Jeux Olympiques de Pékin en 2008, et est proche du pouvoir, sont révélatrices de la volonté de Pékin d'offrir le meilleur visage possible de la Chine. Les autorités ne lésinent pas sur les moyens, mettant à disposition du cinéma l'accès aux sites historiques, des figurants par milliers, et au besoin n'hésitent pas à paralyser des quartiers ou des villages entiers le temps d'un tournage.

JO, exposition universelle... Tout est bon !

Enfin, la Chine profite de grands événements internationaux pour présenter au monde son meilleur visage. Ces événements sont d'ailleurs l'illustration la plus nette de cette stratégie des autorités chinoises, qui ont saisi les avantages du softpower. L'exposition universelle de 2010, dont le coût de l'organisation seul est supérieur à 4 milliards de dollars (soit le double des dépenses des Jeux Olympiques de Pékin), fut résolument tournée vers cet avenir plein d'espoir, et marqua de manière quasi officielle l'accession de la Chine au rang de géant planétaire. Shanghai offrit au monde une vitrine de la modernité chinoise, après l'étalage de sa grandeur retrouvée à Pékin à l'occasion des JO de 2008.

La Chine ne se contente pas de développer son softpower, elle le met en scène et ■■■



■■■ le dote de moyens à la mesure de ses ambitions internationales. Preuve de cette volonté de ne plus apparaître comme un géant endormi et vivant en marge du reste du monde, la Chine profite de ces grands événements pour développer son activité touristique et mettre en valeur son patrimoine. Grands travaux de rénovation,

inscriptions sur la liste du patrimoine mondial de l'UNESCO et développement d'infrastructures touristiques gigantesques sont désormais des priorités pour Pékin. Le softpower chinois est en marche, et compte-tenu des moyens dont dispose Pékin, il ne semble pas près de s'arrêter. ■

L'influence publique, un art ancien toujours d'actualité

*par François-Bernard Huyghe,
Chercheur à l'IRIS*

Comment dit-on softpower en grec ? Ou diplomatie publique ? Pourtant, Alexandre le Grand, demandant à ses généraux d'épouser des princesses du pays conquis, se revendiquant fils des dieux indigènes, et adoptant les coutumes locales savait l'importance de « gagner les cœurs et les esprits » trois siècles avant notre ère. À la rhétorique de son maître Aristote, il conférait une dimension géopolitique en adaptant une gigantesque opération d'influence, prestige et pacification aux codes et aux valeurs des peuples. Peut-être trouverait-on aussi chez Sun Tse quelque citation qui démontrerait l'importance de séduire les populations avec lesquelles le Prince peut avoir à lutter ou commercer.

Peu importe, et le doyen Nye, « inventeur » du mot « softpower » dans les années 1990 est le premier à le recon-

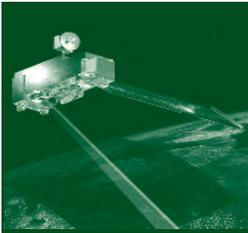
naître : la pratique est ancienne. Ce qui ne peut être obtenu par la force ou par la négociation (disons par la diplomatie et le négoce), il est tentant de le gagner en rendant l'étranger un peu plus semblable à soi, ou au moins de neutraliser son hostilité virtuelle. Depuis toujours.

Si les règles sont éternelles (non seulement parler de soi, voire se « vendre » ou « vendre son modèle », aussi comprendre les codes de l'autre, son interprétation), les méthodes changent incroyablement vite.

Là où, par exemple, le problème de la Guerre froide était pour un acteur prédominant de toucher des populations sous contrôle (en comptant ensuite sur la vérité de son discours ou sur l'attractivité de sa culture), la question

est maintenant pour une pluralité de joueurs, de contrôler les effets de leur discours ou de leurs images, entre les jeux d'influence et de contre-influence des autres États, des ONG, des mouvements internationaux d'opinion, des réseaux sociaux. D'apprendre les règles des nouveaux médias, mais aussi de comprendre ce que l'on doit dire (par exemple ce qu'est une culture ou une valeur « occidentale » ou « universelle » pour son interlocuteur). Bref, il faut apprendre une nouvelle discipline, qui, d'ailleurs commence à s'enseigner dans un certain nombre d'autres pays.

Au fait, comment dit-on softpower en français ? ■



Pour aller plus loin...

Côté Web :

- [The War on Soft Power](#) (english)
- [Propaganda vs public diplomacy](#) (english)
- [Internet diplomacy - 21st-century statecraft](#) (english)
- [What is cultural diplomacy – ICD Institute for Cultural Diplomacy](#) (english)
- [Diplomatie publique, le retour - De la guerre froide au soft power](#)
- [U.S. Policy Towards the Islamic World, Jan 2004](#) (english)

Côté livres :

- Agenda Conference on Cyber Dissidents : Global Success and Challenges G.W. Bush Institute, 2010
- Arpagian N. & Delbecque E., Pour une stratégie globale de sécurité nationale, 2008, Ed. Dalloz
- Best M.L. & Wade K.W. The Internet and Democracy, Global Catalyst or Democratic Dud ?, Bulletin of Science, Technology and Society, 2009
- Cardon D., La démocratie Internet : promesses et limites, Seuil 2010
- Courmont B., Chine, la grande seduction. Essai sur le soft power chinois, A. Colin, 2009
- Esfandiari G., The Twitter Devolution Foreign Policy, 7 juin 2010
- Fraser M., Weapons of Mass Distraction: Soft Power and American Empire New York: Thomas Dunne 2005
- Huyghe F.B., Maîtres du faire croire. De la propagande à l'influence. Vuibert 2008
- Kurlantzick J. China's Charm: Implications of Chinese Soft Power. Carnegie Endowment 2006
- Leonard, M. "Going Public: Diplomacy for the Information Society." Foreign Policy Center, 2005
- Lepri C. et Boniface P. 50 idées reçues sur les États Unis Hachette 2010
- Manheim, J. B. Strategic Public Diplomacy and US Foreign Policy: the evolution of influence. New York: Oxford 1994
- Martel F. Mainstream, Flammarion 2011
- Morozov E. The Net dellusion, Public Affairs Books 2011
- Nye J.S. Cyberpower, Harvard University, 2010
- Nye, J. S., Soft Power: The Means to Success in World Politics New York: Public Affairs, 2004
- Price M. Media and Sovereignty: The Global Information Revolution and its Challenge to State Power Cambridge, MA: MIT Press, 2002
- Ramonet, L'explosion du journalisme, des médias de masses à la masse des médias, Galilée, 2011
- Shirpy C. Cognitive Surplus, Creativity and Generosity in a Connected Age, Penguin, 2010
- Skr N. Arab Media and Political Renewal: Community, Legitimacy and Public Life, IB Tauris, 2007
- Salmon C., Storytelling : La machine à fabriquer des histoires et à formater les esprits, Broché, 2007
- Snow N. Propaganda, Inc.: Selling America's Culture, to the World New York : Seven Stories Press, 2002
- Wall Street Journal the Clinton Internet Doctrine, 23 J. 2010
- Waller, J. M. The Public Diplomacy Reader. The Institute of World Politics 2007

L'Observatoire Géostratégique de l'Information

Sous la direction de François-Bernard Huyghe, cet observatoire a pour but d'analyser l'impact de l'information mondialisée sur les relations internationales. Comprendre le développement des médias et de l'importance stratégique de la maîtrise de l'information. Il analyse, par exemple les rapports de force entre puissances politiques et économiques et les firmes qui contrôlent le flux des informations dans le Monde.

IRIS - Institut de Relations Internationales et Stratégiques

2 bis, rue Mercoeur
75011 Paris - France
iris@iris-france.org

www.iris-france.org
www.affaires-strategiques.info

Secrétariat de rédaction : Pierre-Yves Castagnac