

Rapport évolutif

La diplomatie culturelle: levier stratégique au coeur des luttes d'influence?

Marie-Pierre Busson, M.Sc.
Administration publique internationale



LEPPM
Laboratoire d'étude
sur les politiques publiques
et la mondialisation

INTRODUCTION

2011 marquait le dixième anniversaire de la *Déclaration universelle de l'UNESCO sur la diversité culturelle*, tournant décisif dans la façon dont la communauté internationale entrevoyait la culture, réfutant la théorie du choc des civilisations et proposant la diversité comme une force positive (UNESCO, 2011). À l'ère de la révolution numérique et du *soft power*, quelle influence mais surtout quelle priorité à l'aube du 21^e siècle détient réellement la culture à l'agenda politique international? Outil de visibilité et de prestige, l'enjeu culturel semble s'être imposé, surtout depuis septembre 2001, comme un vecteur d'influence sur la scène mondiale. La défense de la diversité de ses expressions prend d'ailleurs une part de plus en plus conséquente au sein de la politique internationale des États, notamment dans la formulation de la diplomatie publique. Conscients de ce nouvel enjeu stratégique, les pouvoirs publics développent désormais des stratégies culturelles ciblées afin de soutenir leur poids politique à travers le monde : il s'agit de la diplomatie culturelle.

À l'heure où le Québec présente son *Agenda 21 de la culture*, ce rapport s'intéresse à la culture comme levier stratégique permettant aux États d'asseoir leur influence politique et d'imposer une présence économique sur la scène internationale. Après une définition du concept de diplomatie culturelle, la première section propose d'examiner le rôle des instances nationales chargées des relations culturelles internationales, ce qu'on désignera ici par « agences culturelles »¹, dans la diffusion des valeurs identitaires des États. L'établissement, à l'étranger, de ces organismes publics à qui l'on confie la promotion de l'action culturelle extérieure de l'État, soulève des questions

importantes : comment les acteurs du domaine de la culture procèdent-ils pour représenter les intérêts nationaux et développer une image de marque à l'échelle internationale? Comment l'action culturelle extérieure, ou diplomatie culturelle, s'intègre-t-elle au sein de la diplomatie publique? Cela permettra, dans un deuxième temps, de mieux comprendre les bouleversements amenés par la réalité de nouveaux rapports de force et l'émergence d'acteurs non-étatiques, ainsi que les défis posés par l'arrivée du numérique. Enfin, quelques éléments permettront de présenter la situation des politiques publiques encadrant la diplomatie ou « paradiplomatie »² culturelle au Québec et les stratégies envisagées pour tenir compte des impacts de la mondialisation sur son image internationale.

1. QU'EST-CE QUE LA DIPLOMATIE CULTURELLE?

Bien qu'on retrace des histoires de démarches culturelles bien avant cette période, c'est avec la fin de la Seconde Guerre mondiale et le début de la rivalité géopolitique Est-Ouest que la culture se retrouve véritablement au cœur des luttes d'influence internationales. Élaboration de stratégies – voire carrément de propagande – misant sur le prestige national, diffusion de sa langue et de son modèle culturel : la volonté d'agir sur les opinions publiques étrangères par des relais médiatiques ou des réseaux d'agents culturels, sportifs et diplomatiques se serait ainsi progressivement systématisée et institutionnalisée depuis l'époque de la guerre froide (Marteau, 2003). Une prise en compte stratégique des aspects culturels a, entre autres, mené Joseph Nye³ à développer, en 1990, le concept de *soft power*, utilisé en relations internationales pour décrire la capacité d'un acteur politique d'influencer le comportement d'un autre acteur ou la

définition d'intérêts à travers des moyens non coercitifs (structurels, culturels ou idéologiques).

Reconnue, aux côtés de l'économie, de l'écologie et du social comme quatrième pilier du développement lors du *Sommet mondial sur le développement durable* de Johannesburg en 2002, la culture ne peut s'interpréter, au 21^e siècle, autrement que dans une perspective mondiale. Aussi, la puissance d'un État sur l'échiquier international ne se mesure-t-elle plus uniquement à la force de son économie, de son pouvoir politique, militaire et stratégique ou à la place occupée dans les instituts de gouvernance mondiale, mais repose également sur sa force de séduction et sur l'influence de ses idées, de ses savoirs et de sa culture sur les autres sociétés (Lane, 2011).

Bien qu'il existe à l'heure actuelle de nombreux débats sur sa nature précise⁴, la diplomatie culturelle peut s'interpréter comme suit :

the exchange of ideas, information, art and other aspects of culture among nations and their peoples in order to foster mutual understanding which can also be more of a one-way street than a two-way exchange, as when one nation concentrates its efforts on promoting the national language, explaining its policies and point of view, or "telling its story" to the rest of the world (Cumings, 2003: 1).

Aussi, s'il n'en existe pas de définition figée, l'étude des déterminants de cette diplomatie « d'influence » permet de déduire qu'elle vise, entre autres, l'amélioration de la connaissance des cultures réciproques afin d'aplanir les différends que la diplomatie « classique » ne parvient pas à résoudre. Outils de *soft power* et composantes de la diplomatie publique, les politiques de diffusion ou de rayonnement culturel s'occupent ainsi d'établir, de développer et de maintenir

des relations avec les partenaires étrangers par le biais de la culture, de l'art et de langue nationale. Par l'entremise d'actions culturelles, il s'agit de faire entendre ses considérations politiques, économiques et stratégiques, tout en poursuivant des objectifs de prestige, de rayonnement et d'attractivité. « Les États l'utilisent systématiquement comme véhicule de diffusion d'une perception positive de leur pays à l'extérieur de leurs frontières » (Bélanger, 1994).

Traduisant la volonté étatique d'affirmer sa présence et son identité au sein de la communauté internationale, la culture s'immisce également dans la formulation de la politique étrangère. Souvent associée au mandat des ambassades, l'action culturelle extérieure fait partie, au même titre que la coopération économique ou militaire, des actions que doit coordonner et soutenir le chef de mission diplomatique. Promouvoir sa culture à l'étranger aiderait à mieux assurer la sécurité nationale, une meilleure compréhension mutuelle et le partage d'intérêts communs favorisant l'atténuation des tensions, garantissant une coopération pacifique et certaine stabilité politique⁵ (Gerbault, 2008).

La culture – celle du divertissement, mais aussi, des domaines scientifique et technique – est, par ailleurs, depuis très longtemps utilisée par certains États comme assise de leur rayonnement économique. La richesse du paysage culturel s'inscrivant comme stratégie d'attraction tant pour les entreprises que pour les individus, les actions culturelles permettent de satisfaire certains besoins de communication, d'image et de relations à l'international, notamment dans le développement du tourisme (Kessler, 2010).

Enfin, au plan national, la diplomatie culturelle, en encourageant les réflexions sur la résurgence des revendications

culturelles, sur la gestion du pluralisme culturel au sein des États nations et sur l'importance du dialogue interculturel, favoriserait la cohésion sociale (Mark, 2009). En somme, la diplomatie culturelle, tout en réalisant un objectif de dialogue entre les cultures et de promotion de la diversité culturelle, a comme principal objectif la défense d'intérêts nationaux en soutenant la conception, la production et la diffusion de produits culturels adaptés aux publics étrangers.

2. LE RÔLE DES AGENCES CULTURELLES

Opérateurs de l'action culturelle extérieure des pays, les agences culturelles mobilisent et coordonnent les ressources qui visent, outre l'accompagnement des artistes et la création de nouveaux réseaux, à appuyer les industries culturelles et créatives, la promotion des savoirs et des échanges artistiques. Partant de l'idée que l'identité se manifeste par ses expressions culturelles, ces organismes publics implantés à l'étranger, qui se caractérisent par la promotion d'activités sociales et artistiques, souhaitent encourager la compréhension mutuelle entre la société d'accueil et le pays d'origine. Que ce soit par le partage des arts de la scène, des arts visuels, de la musique, de la littérature, du cinéma ou de la langue, soutenir le rayonnement culturel de la nation à l'étranger, ainsi que la diffusion dans le monde de ses idées et de ses savoirs demeure l'enjeu prioritaire de ces centres culturels.

La promotion de la culture revêt également une valeur économique significative : les enjeux commerciaux, liés à l'influence culturelle qu'exerce un pays sur la scène internationale, se signalent de plus en plus à l'heure de l'uniformisation des modes de vies et de consommation. En plus de favoriser les échanges, les industries culturelles

contribueraient à l'esprit d'entreprise, à l'innovation et à l'activité commerciale (Parlement européen, 2010). La présence d'agences culturelles à l'étranger a donc comme mission parallèle d'accroître la part qu'occupent à l'international les créations et institutions culturelles nationales sur les scènes artistiques et sur le marché des industries culturelles.

Pôles d'expertise et de conseil, outils d'influence et de coopération, les agences culturelles institutionnalisent les ambitions de la diplomatie culturelle par la signature d'ententes ou d'accords qui régulent les échanges entre les pays (Gerbault, 2008). Journalistes, intellectuels, artistes, philanthropes et représentants d'ONG : l'accueil, la coordination et la mise en valeur d'un véritable réseau de « porte-paroles » servant, par l'entremise de contacts avec les institutions locales ou de relations mondaines, les intérêts politiques ou économiques nationaux sont aussi au cœur du mandat confié aux agences culturelles.

La nature et la gestion de ces agences peuvent par ailleurs se décliner en plusieurs modèles, selon un ensemble de critères tels que : importance géographique, autonomie – tant financière que politique – champ d'actions et d'intervention, liens avec les différents acteurs publics et privés. Aussi, que ce soit le succès du *British Council*, qui fait la promotion de l'anglais et des arts britanniques dans plus d'une centaine de pays, ou d'autres, les exemples ne manquent pas pour illustrer comment la culture peut être un instrument au service des intérêts politiques des nations à l'étranger : *Goethe Institut* (Allemagne), *Istituto Cervantes* (Espagne), *Instituto Camões* (Portugal), *Institut Confucius* (Chine), etc.

2.1 La France, un modèle volontariste

Le concept de diplomatie culturelle a longtemps été associé à la France; très dirigiste, cette dernière s'est très tôt préoccupée de son influence culturelle extérieure, en intégrant systématiquement l'action culturelle à sa politique étrangère, et ce, dès la fin du 19^e siècle (Gérôme, 2010). Héritière d'une longue tradition en matière de relations culturelles et de diffusion internationale, elle possède l'un des réseaux diplomatiques les mieux articulés et les plus influents. Une enquête réalisée par Joseph Nye (2004) révélait que la France se classait parmi les premiers en matière de dépenses par habitant au chapitre des relations culturelles internationales.

Reposant sur un vaste ensemble de références historiques et idéologiques, le modèle français, qualifié de « volontariste », est demeuré profondément marqué par l'intervention de l'État. Sous la tutelle des Affaires étrangères et européennes⁶, le réseau culturel de la France à l'étranger jouit en effet d'un encadrement politique et d'un soutien financier considérables, en plus d'avoir à sa disposition une série d'instruments administratifs exceptionnels au plan international (Kessler, 2010).

En décembre 2010, après de nombreux débats nationaux, les Instituts français sont venus se substituer aux anciennes associations Cultures France. Avec un périmètre d'action élargi et des moyens renforcés, ces établissements publics à caractère industriel et commercial (EPIC) reprennent les activités développées en matière d'échanges artistiques auxquelles s'ajoutent de nouvelles missions telles que la promotion de la langue française, des savoirs et des idées, mais aussi la formation des agents du réseau culturel français. Depuis janvier 2011, un processus de rattachement des structures

culturelles d'une dizaine de missions diplomatiques à quelques Instituts français ciblés est mené à titre expérimental (Institut français, 2011).

Convaincu que, dans un paysage marqué par la démultiplication de l'offre, la France doit canaliser ses efforts sur la certification des savoirs et l'apprentissage, Xavier Darcos, directeur des Instituts français, souligne : « Dans le contexte de forte crise économique universelle, un pays comme le nôtre compensera son relatif affaiblissement dans la compétition industrielle par le maintien de son influence intellectuelle. La diplomatie culturelle n'est pas un supplément d'âme, mais un enjeu vital » (2011).

Diplomatie culturelle de la France Les chiffres-clés (2011)

Un réseau de coopération et d'action culturelle dense :

- 161 services de coopération et d'action culturelle
- 101 Instituts français
- 445 Alliances françaises

Des actions très variées à travers le monde :

- 50 000 manifestations culturelles par an
- 8 000 artistes, auteurs et professionnels de la culture dans plus de 150 pays
- 9 000 ouvrages traduits chaque année du français vers une langue étrangère
- 215 millions de foyers dans le monde ont accès à TV5Monde
- 284 600 étudiants étrangers en France
- 15 380 boursiers étrangers du gouvernement français (2010-2011)
- 26 instituts français de recherche en sciences sociales à l'étranger
- 52 programmes bilatéraux de recherche

Source : France, 2011. « La diplomatie culturelle, un atout pour la France », Portail du Gouvernement.
<http://www.gouvernement.fr/gouvernement/la-diplomatie-culturelle-un-atout-pour-la-france>

La promotion des savoirs et l'enseignement du français à l'étranger étant le socle de sa diplomatie culturelle, le déclin de la langue de Molière dans le monde semble par ailleurs susciter, à l'heure de la révolution numérique, bien des débats et remises en question au Quai d'Orsay. La France parviendra-t-elle à tenir compte du poids de ses traditions, tout en se projetant dans les nouveaux contours que dessine la mondialisation culturelle?

2.2 Les États-Unis : promotion d'une « culture idéologique »

Nettement plus libéral, le système américain se refuse à toute intervention étatique dans les échanges culturels : ce qui relève de l'art doit demeurer du domaine des personnes et du mécénat. Aussi, tandis que la nouvelle diplomatie publique de l'administration Obama vise « la conquête des cœurs et des esprits »⁷ et mise davantage sur le *smart power*⁸ (Hallams, 2011), le rôle des agences culturelles s'envisage aux États-Unis d'une tout autre façon. Ayant largement profité de la mondialisation pour diffuser leurs productions culturelles et leur langue, les Américains contrôlent à eux seuls les trois quarts du marché mondial de l'image (Paquin, 2008). Dès lors, ils sont naturellement tournés vers une logique de financement privé pour la promotion de leurs activités culturelles (Gerbault, 2008) et le soutien aux industries créatives passe davantage par la défense, au plan mondial, des principes de libre-échange commercial; d'où toute la question des barrières tarifaires et d'exception culturelle portée devant l'OMC. De ce fait, l'exportation de la production culturelle américaine ne demeure que marginalement subventionnée par l'État.

Annonçant, en septembre 2006, un nouveau plan d'action culturelle international, la *Global Cultural Initiative* (GCI), le Département d'État, qui conduit

les affaires étrangères, est ainsi le seul organe responsable de coordonner, dans le monde entier, les efforts des États-Unis en matière de diplomatie culturelle. Depuis le 11 septembre 2001, ce dernier privilégie les actions en direction du monde musulman, de même qu'après l'effondrement de l'Union soviétique, la *United States Information Agency* (USIA)⁹ avait mis l'accent sur les démocraties émergentes d'Europe de l'Est (Marteau, 2003). Dans le cadre de ses efforts de lutte contre le terrorisme, le discours véhiculé auprès des populations étrangères tente de renverser le sentiment anti-américain par la valorisation des idéaux démocratiques, stratégie qui ne serait pas, selon certains, sans se doubler d'un certain « messianisme » (Vergniolle de Chantal, 2004).

Si de manière générale, sur le marché des biens et services culturels, la domination des États-Unis tend à se confirmer, il semble que ce soit davantage vers la transmission des idées et des valeurs et au plan des jeux d'influence que la diplomatie culturelle américaine se soit principalement orientée.

3. LES MUTATIONS DE LA DIPLOMATIE CULTURELLE

3.1 Le numérique, ou faire entrer la diplomatie au 21^e siècle

Devenu l'un des grands enjeux de l'influence d'un pays sur la scène internationale, le développement du numérique et des médias sociaux a bouleversé les modes de diffusion des expressions culturelles. Au-delà de leur rapide évolution comme vecteurs de communication, ces instruments influencent désormais les contenus culturels et renouvellent les schémas traditionnels d'expression citoyenne. Mais à mesure que de nouvelles formes d'expression sont reconnues comme des

activités culturelles à part entière, l'évolution des moyens de communication s'envisage différemment, d'un coin du monde à l'autre :

L'entrée dans le numérique semble en effet une situation presque partout inconfortable en Europe ; mais elle est vécue comme extrêmement jouissive par les Indiens, les Chinois, les Brésiliens ou les Saoudiens. Ici, elle est source d'inquiétudes et de peurs ; là, elle regorge d'opportunités et offre des possibilités inouïes de rayonnement mondial. Ici, on parle de protéger la culture du passé et de limites à fixer ; là, on veut inventer la culture de demain et on parle de liberté (Martel, 2010).

Dès lors, les nouvelles technologies, qui offrent de très vastes possibilités en matière de participation civique, de liberté d'expression et d'accès à l'information, sont porteuses en matière de créativité et d'innovation. Ainsi, dans un contexte de mondialisation où les cultures et sous-cultures ne sont plus limitées par les contraintes traditionnelles de temps et d'espace, la production artistique et intellectuelle s'accélère.

Par ailleurs, en plus d'offrir aux citoyens, en temps réel, des contenus informatifs plus diversifiés, le progrès des nouvelles technologies de l'information et des communications (NTIC) semble favoriser une plus grande intrusion des médias dans les affaires publiques. Cela étant, la révolution numérique permet une action diplomatique culturelle plus interactive, qui force les institutions en place à recourir à des partenariats novateurs (ingénieurs informatiques, ONG, journalistes, bloggeurs et mouvements dissidents) et à faire appel à des mécanismes hors-normes (par exemple, l'utilisation de plates-formes virtuelles dont on ne peut identifier clairement les publics de destination – *Twitter, Facebook*, etc.) (Huyghe, 2011).

3.2 Les nouveaux acteurs

3.2.1 Une nouvelle géopolitique

À la faveur de la création d'un district culturel sur l'île de Saadiyat, le gouvernement des Émirats Arabes Unis signait, en 2007, une entente de près d'un milliard d'euros avec la France pour l'inauguration du musée universel « Louvre Abou Dabi ». L'accord culturel avait pour objet la réalisation d'un projet « qui contribue au dialogue, à la compréhension mutuelle et à l'amitié des deux pays et, plus largement, des deux civilisations » (République française, 2011). Prenant conscience de l'importance stratégique de disposer de moyens d'influence modernes dans le monde multipolaire d'aujourd'hui, les puissances émergentes s'intéressent de plus en plus aux modes d'approches de la diplomatie culturelle. Ainsi, de la même manière qu'ils élaborent des plans d'action pour les autres enjeux globaux (santé, climat, énergie, biodiversité, éducation), les nations souhaitant influencer l'ordre du jour international se doivent désormais d'adopter un champ d'action culturel extérieur cohérent. Plus encore, les pays ayant le moins mis en pratique les déterminants de la diplomatie culturelle (par exemple, la Corée du Nord ou l'Iran) semblent aussi être ceux qui échouent le plus dans leurs démarches politiques au sein de la communauté internationale, jusqu'à donner l'impression d'être des États isolationnistes (Gérôme, 2010).

Tandis qu'on observe une lente transformation de la cartographie des échanges culturels depuis la chute du mur de Berlin, les centres de pouvoir semblent également en mutation, laissant davantage de place aux économies émergentes. Que ce soit des groupes comme *Al Jazeera*, au Qatar, *Reliance* en Inde, *Rotana* en Arabie Saoudite, ou *TV Globo* au Brésil, les grands médias du

monde ne sont plus seulement américains ou européens (Martel, 2010).

Le meilleur exemple de ce dynamisme demeure la stratégie très volontariste de la Chine, qui s'est engagée depuis quelques années dans le développement, à une rapidité foudroyante, d'un véritable *soft power* axé sur la culture. Grands travaux de rénovation, multiplication des inscriptions sur la liste du patrimoine mondial de l'UNESCO et développement d'infrastructures touristiques figurent ainsi parmi les nouvelles priorités politiques de Pékin (Huyghe, 2011). Autre signe de cette volonté : plus de 300 Instituts Confucius, chargés de promouvoir l'enseignement linguistique et l'héritage culturel chinois, ont vu le jour depuis 2004 dans plus de 84 pays (dont plus d'une vingtaine en Afrique). Pragmatique et ciblé, ce programme s'appuie sur un partenariat avec les institutions locales, qui les accueillent dans leurs locaux et les cofinancent. Ainsi, dans le monde en développement – et en particulier en Afrique – la Chine semble vouloir utiliser la démocratie culturelle pour s'imposer comme modèle de développement alternatif (Gazeau-Secret, 2010). En plus du rayonnement de Radio Chine internationale, l'opération de séduction se complète avec le lancement des chaînes télévisées *CCTV*, qui diffusent, en anglais, espagnol et français, des contenus culturels chinois dans le monde entier (Paquin, 2008).

3.2.2 La montée des acteurs non-étatiques

À l'ère où internet et les médias sociaux se présentent comme de véritables caisses de résonance aux mouvements identitaires, les déterminants de la diplomatie culturelle semblent de moins en moins le champ exclusif des États. Individus, associations, collectivités territoriales, institutions, musées et médias contribuent aujourd'hui à

l'élaboration d'une diplomatie parallèle qui force un regard nouveau sur le rôle de la culture et de ses expressions dans les relations internationales.

Milieu associatif et société civile

Au moment où la gouvernance de la culture prend de plus en plus d'importance, il importe de rappeler le rôle de la diplomatie culturelle en tant qu'outil de gestion et de prévention des conflits, et d'instrument de promotion de la démocratie et des droits de l'homme. Propices à la coopération, au dialogue et aux échanges avec la société civile, les mécanismes de cette forme de diplomatie favoriseraient également le renforcement de l'État de droit, tant au plan national que dans les sociétés ciblées (Parlement européen, 2010).

Dans un monde où quelques « gazouillis »¹⁰ peuvent contribuer à alimenter une rébellion, les leçons du printemps arabe ont démontré que la frontière entre le culturel et le politique demeurait poreuse. Face à l'émergence d'une nouvelle « diplomatie citoyenne », les gouvernements tentent désormais de responsabiliser leurs citoyens en élaborant des stratégies de rayonnement extérieur basées sur le sentiment patriotique et la fierté nationale. Les États-Unis, passés maîtres dans cet art, définissent les responsabilités qui incombent à chaque Américain à l'étranger :

Citizen Diplomacy is the concept that the individual has the right, even the responsibility, to help shape U.S. foreign relations 'one handshake at a time. « Citizen diplomats » can be students, teachers, athletes, artists, business people, humanitarians, adventurers or tourists. They are motivated by a responsibility to engage with the rest of the world in a meaningful, mutually beneficial dialogue (U.S Center for Citizen Diplomacy, 2011).

Ainsi, en vue de transformer ces « citoyens du monde » en « citoyens culturels », cette stratégie vise la promotion de normes et d'idéaux nationaux lors de séjours à l'étranger mais aussi, par l'intermédiaire des médias sociaux, des plates-formes politiques interactives et des événements de réseautage. Selon certains, c'est le défi majeur de la diplomatie culturelle au cours des prochaines années : « *This is the kind of soft power, and diplomacy weapon that will gain traction in the upcoming years, and governments that engage in such activities will be the leaders of the cultural diplomacy by 2020s* » (Akmehmet, 2011).

Diplomatie culturelle et gouvernance de la culture

Considérée comme un mécanisme qui contribue à promouvoir la démocratisation, la liberté d'expression, l'intégration sociale, le développement et la réconciliation des peuples (Parlement européen, 2010), la culture est promue au sein des institutions internationales comme instrument de paix et de stabilité. Et pourtant, depuis plusieurs décennies, les forums du *General Agreement on Tariffs and Trade* (GATT), puis de l'Organisation mondiale du commerce (OMC), de l'Organisation internationale de la Francophonie (OIF), de l'Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE) et de l'Organisation des Nations Unies pour l'éducation, la science et la culture (UNESCO) ont été les terrains où se sont affrontées les nations sur le traitement préférentiel à accorder, ou non, aux biens et services culturels. Au-delà de cette question d'« exception culturelle », les autres sujets de négociations diplomatiques, que ce soient la protection des cultures minoritaires, la promotion d'une reconnaissance internationale ou les demandes de restitution de biens culturels, démontrent l'intérêt des États à marquer leur territoire

d'influence au sein des institutions internationales (Gerbault, 2008).

Est-ce à dire que l'exercice de la diplomatie culturelle viendrait contredire la vision et les idéaux de dialogue interculturel envers lesquels les États se sont eux-mêmes engagés? Bien au contraire, la notion de « diversité culturelle », qui s'est vue reconnaître une légitimité internationale avec l'adoption de la Convention de l'UNESCO en 2005, est devenue la pierre angulaire d'un véritable droit international de la culture (Gazeau-Secret, 2010). L'UNESCO ne dispose, en dehors de son cadre légal et institutionnel, d'aucun pouvoir de contrainte. Elle oblige pourtant les parties à prendre en considération les dispositions de la Convention lors de l'application et de l'interprétation de leurs autres engagements internationaux (UNESCO 2005). Aussi, tout en permettant de faciliter les négociations politiques et les échanges au plan commercial, l'adoption de nouvelles normes aurait permis de souligner – voire de redéfinir – la préséance des éléments constitutifs de l'identité des peuples et des cultures nationales.

La valorisation du patrimoine mondial, l'impact du tourisme sur le développement durable et les enjeux entourant la propriété intellectuelle sont, par ailleurs, des débats qui ne pourraient, à l'heure de la mondialisation, s'envisager autrement qu'au sein des forums internationaux où l'on traite de questions culturelles. Ainsi, tandis que la gouvernance de la culture permet de faire progresser certains projets communs, l'élaboration de politiques culturelles indépendantes et l'exercice d'une diplomatie axée sur le nationalisme identitaire demeurent la prérogative des États.

4. QU'EN EST-IL AU CANADA?

La diffusion des valeurs et de la culture canadiennes étant le troisième pilier de la politique étrangère du Canada (MAECI, 2011), nombreux sont ceux qui s'interrogent sur l'absence, outre le Centre culturel canadien (CCC) de Paris, de réelles agences culturelles à l'étranger pour concrétiser la valeur de la diplomatie culturelle dans les relations internationales du Canada. Aussi, en dépit de quelques programmes internationaux administrés par les diverses agences qui tombent sous la juridiction de Patrimoine Canada, il n'existe actuellement aucune approche globale au sein du gouvernement fédéral pour faire la promotion des artistes et des produits culturels canadiens auprès des auditoires étrangers. Pourtant, dès 1995, estimant que le profil des artistes canadiens contribuait à créer une image positive de la nation à l'étranger et pouvait donner accès à un grand nombre de débouchés susceptibles d'engendrer des bienfaits économiques à long terme, John R. Saul soulignait¹¹ :

That is our image. That is what Canada becomes in people's imaginations around the world when the time comes for non-Canadians to buy, to negotiate, to travel. Canada's chance or the attitude towards Canada will already have been determined to a surprising extent by the projection of our culture abroad (Potter, 2002).

Nouvelle opportunité pour le Québec?

Le Québec se sert, tout comme la Catalogne, l'Écosse, le Pays basque ou la Flandre, de ses spécificités identitaires pour revendiquer son rôle d'acteur à part entière dans le contexte de la mondialisation (Paquin, 2004). Soulignons que, d'un point de vue politique et diplomatique, le leadership du Québec à l'UNESCO dans le dossier de la *Convention*

sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles lui a valu une véritable notoriété sur la scène internationale (Gagnon, 2006). Plus récemment, le projet québécois d'Agenda 21 de la culture s'inscrit dans une mouvance internationale d'insérer le développement durable au sein des initiatives culturelles. Ce n'est pas sans rappeler les fondements de la doctrine Gérin-Lajoie, ou ce qu'on appelle la paradiplomatie identitaire.

Aussi, dans ce même élan, pourrait-on imaginer la création de « maisons de la culture québécoise » à l'étranger qui permettraient de contribuer à la compétitivité des industries culturelles québécoises et de favoriser l'image et les réussites commerciales du Québec sur la scène internationale? La création de bureaux ou d'agences favorisant, au sein des grandes capitales, la mise en valeur de l'expertise québécoise en matière culturelle pourrait ainsi être envisagée par le gouvernement québécois.

Par l'organisation de manifestations artistiques et culturelles, le Québec pourrait non seulement faire la promotion de son identité unique, mais également profiter d'autant d'opportunités pour nouer de nouvelles ententes dans les domaines de sa compétence. La politique culturelle extérieure permet de projeter, sur la scène internationale, l'image positive que les autorités publiques veulent donner de leur nation et ainsi influencer la perception de ses destinataires (Massart-Piérard, 2007). S'il est vrai que le Québec est reconnu à l'étranger pour son dynamisme à ce niveau, les déterminants de la diplomatie culturelle ouvrent, à n'en point douter, de nouvelles possibilités de reconnaissance et d'exercice de paradiplomatie identitaire.

CONCLUSION

Nombreux sont les États qui reconnaissent aujourd'hui l'apport essentiel des politiques culturelles dans le développement identitaire et économique de leurs sociétés, ainsi que leur contribution à leur rayonnement international. La culture, qui s'est imposée au cours des dernières années – au même titre que l'environnement, la démographie ou l'économie – comme une dimension fondamentale de l'ordre mondial, évolue avec la révolution numérique et doit répondre à des besoins et enjeux qui se renouvellent sous la pression de la mondialisation des échanges.

Dans cet univers où les changements technologiques réorganisent et transforment les forces en présence, les gouvernements se doivent, comme jamais auparavant, d'être à l'écoute de nouveaux acteurs et réseaux, tant formels qu'informels. Dans ce contexte, la diplomatie culturelle, s'appuyant sur le succès des industries culturelles et sur la promotion des savoirs, tente de projeter une image positive de l'État à l'étranger. Le concept d'influence reposant essentiellement sur la capacité d'attraction, les États misent sur la participation active d'agences culturelles sur la scène internationale qui visent à mettre en valeur leurs attributs culturels et artistiques.

Autrefois compétence exclusive des États, la diplomatie culturelle évolue et se réorganise au fur et à mesure qu'émerge la gouvernance mondiale de la culture. Instrument de dialogue entre les nations, elle représente aussi un outil significatif de développement et de promotion des droits de l'homme et des relations nord-sud. Ces dynamiques, notamment l'importance des négociations sur la culture (droits de propriété intellectuelle, capacité des pouvoirs publics à soutenir leurs industries culturelles) attestent de l'importance de

repenser la place de la culture dans les rapports interétatiques.

Quel rôle le Québec peut-il jouer dans ce contexte? La vitalité de ses industries culturelles, ainsi que le dynamisme et le raffinement du réseau qu'il a réussi à se constituer sur la scène internationale lui permettent d'envisager une action paradiplomatie culturelle prometteuse.

NOTES

¹ Le terme « agence culturelle » sera ici utilisé pour définir les organismes publics chargés de promouvoir, à l'étranger, les artistes et les contenus culturels nationaux (Institut français, British Council, etc.).

² Ce néologisme a été imaginé, à la fin des années 1970, par le Professeur Panyotis Soldatos, de l'Université de Montréal, pour décrire les activités de nature diplomatique menées par certains États fédérés, comme le Québec. Voir à ce sujet : Soldatos, Panyotis, 1990. «An Explanatory Framework for the Study of Federal States as Foreign-Policy Actors», dans : Michelmann, Hans et Paynotis Soldatos eds. *Federalism and International Relations : the Role of Subnational Units*, Oxford, Clarendon Press.

³ Nye, Joseph. 1990. *Bound to Lead: The Changing Nature of American Power*. New York, Basic Books.

⁴ À l'instar des relations entre la diplomatie traditionnelle et publique, il est difficile de délimiter les périmètres entre la diplomatie publique et culturelle. Alors que la diplomatie, qui se définit comme « l'action et la manière de représenter son pays auprès d'une nation étrangère et dans les négociations internationales » (Encyclopédie Larousse, 2011) se concentre sur les relations d'échanges entre les élites politiques, la diplomatie publique s'intéresse davantage à l'opinion des masses populaires. Certains auteurs remettent en question l'existence d'une réelle diplomatie culturelle, estimant qu'il s'agit plutôt d'un instrument de la diplomatie publique qui mise sur les outils culturels pour promouvoir le rayonnement international de la nation. La culture demeurant une notion abstraite, le concept de diplomatie culturelle demeure en soit difficile à appréhender, son

application ayant par ailleurs plusieurs objectifs (Bound *et al.*, 2007).

⁵ Certains auteurs avancent même que le recours à l'instrumentalisation de la culture au sein des politiques étrangères aurait pris le pas sur la menace militaire dans le règlement classique des affaires internationales (Gerbault, 2008).

⁶ Avant la réforme de 2011, l'association Cultures France/Alliance française vivait sous la double tutelle du Quai d'Orsay et du ministère de la Culture et de la Communication.

⁷ Fait référence à une expression adoptée en 2009 – largement promue par le Président Obama sur la scène internationale – décrivant la stratégie américaine visant à gagner la population afghane à la cause de la coalition. Pour en savoir plus : Micheletti, Pierre (Ed.). 2011. *Afghanistan. Gagner les coeurs et les esprits*, Presses universitaires de Grenoble.

⁸ Selon Nye (2007), le *smart power* serait la recherche, sur la scène internationale, d'un équilibre entre la puissance militaire (*hard power*) et la force d'attraction ou la diplomatie d'influence (*soft power*).

⁹ Très présente lors de la Guerre froide, la USAI était chargée de nombreux programmes culturels et éducatifs, dont les plus populaires étaient l'octroi des bourses *Fullbright* et la diffusion des émissions de radio internationale *Voice of America* (VOA) (Marteau, 2003).

¹⁰ Aussi appelé « *Tweet* » - court message diffusé sur le réseau social *Twitter*.

¹¹ John R. Saul a joué un rôle significatif dans la réforme de la politique étrangère canadienne dans les années 1990, prônant un rôle accru de la culture au sein des relations diplomatiques.

BIBLIOGRAPHIE

Akmehmet, Merve Hande. 2011. « Soft and Normative Power: The Importance and Power of Attraction in International Politics and Economics. "Global Citizens" As a Cultural Diplomacy Tool », *International Symposium on Cultural Diplomacy*, Washington, DC May 18-21, consulté le 18 décembre 2011.

<http://www.culturaldiplomacy.org/culturaldiplomacynews/content/articles/participantpapers/2011-symposiumusa/The-Importance-and-Power-of-Attraction-in-International-Politics-and-Economics-Global-Citizens-As-a-CD-Tool-Merve-Hande-Akmehmet.pdf>

Bélanger, Louis. 1994. « La diplomatie culturelle des provinces canadiennes », *Études internationales*, vol. 25, no 3 : 421-452.

Bound, Kirsten, Briggs, Rachel, Holden, John and Samuel Jones. 2007. "Cultural Diplomacy", Demos, (February), consulté le 25 novembre 2011.

<http://www.demos.co.uk/files/Cultural%20diplomacy%20-%20web.pdf>

Cummings, Milton C. Jr. 2003. *Cultural Diplomacy and the United States Government: a Survey*, Washington: Center for Arts and Culture.

Encyclopédie Larousse. 2011. « Diplomatie », consulté le 5 décembre 2011.

<http://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/diplomatie>

Frank, Robert. 2003. « La machine diplomatique culturelle française après 1945 », *Relations internationales*, no 115 : 325-348.

Gagnon, Jacinthe. 2006. « La Convention sur la protection et la promotion de la diversité des expressions culturelles : défis et possibilités pour le Québec », *LEPPM*, rapport no 3, (juin).

Gazeau-Secret, Anne. 2010. « Pour un « soft power » à la française : du rayonnement culturel à la diplomatie d'influence », *ENA hors les murs*, no 399 (mars) : 9-12.

Gerbault, Loïc. 2008. *La diplomatie culturelle française : la culture face à de nouveaux enjeux ?*, Mémoire de recherche, Institut d'Études Politiques de Toulouse.

<http://www.interarts.net/descargas/interarts678.pdf>

Gérôme, Elodie. 2010. « Évolution de la diplomatie culturelle », *Diversités mondiales – Diversité culturelle et linguistique*, consulté le 23 novembre 2011.

<http://diversitesmondiales.over-blog.com/article-evolution-de-la-diplomatie-culturelle-evolution-of-cultural-diplomacy-62235870.html>

Hallams, Ellen. 2011. « From Crusader to Exemplar: Bush, Obama and the Reinvigoration of America's Soft Power », *European journal of American studies*, no 4 (June).

<http://ejas.revues.org/9157>

Huyghe, François-Bernard (éd.). 2011. « Diplomatie publique, softpower, influence d'État », *Observatoire géostratégique de l'information, Institut de relations internationales et stratégiques (IRIS)*, juillet.

http://www.iris-france.org/docs/kfm_docs/docs/2011-07-12-diplomatie-publique-softpower.pdf

Huntington, Samuel P. 1993. « The Clash of Civilizations? », *Foreign Affairs*, Vol. 2, no 3 (Summer): 22-49.

Institut français. 2011. « Présentation de l'Institut français », consulté le 3 janvier 2011.

<http://www.institutfrancais.com/Presentation-de-l-Institut-francais/pu10.html>

Kessler, Marie-Christine. 2010. « L'apport de la culture à la diplomatie économique », Institut Choiseul, *Géoéconomie*, no 56 (Hiver).

Lane, Philippe. 2011. *Présence française dans le monde. L'action culturelle et scientifique*, Paris : La Documentation Française.

MAECI – Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international. 2011. « Diffuser les valeurs et la culture canadiennes », consulté le 21 décembre 2011.

http://www.dfait-maeci.gc.ca/foreign_policy/cnd-world/chap5-fr.asp

Massart-Piérard, Françoise. 2007. « Les politiques des espaces linguistiques à l'épreuve de la mondialisation », *Revue internationale de politique comparée*, Vol.14 : 7-18.

Mark, Simon. 2009. « A Greater Role for Cultural Diplomacy », *Netherlands Institute of International Relations 'Clingendael'*, Discussion papers in Diplomacy.

http://www.clingendael.nl/publications/2009/20090616_cdsp_discussion_paper_114_mark.pdf

Marteau, Véronique. 2003. « La diplomatie culturelle américaine : l'exportation de l'image du gouvernement », *Quaderni*, Vol. 50, no 50-51 : 175-196.

Martel, Frédéric. 2010. « Culture : pourquoi la France va perdre la bataille du "soft power" », Terra Nova, Note de recherche (mars).

<http://www.tnova.fr/sites/default/files/252-martel.pdf>

Nye, Joseph. 2004. « Europe's Soft Power », *The Globalist*, consulté le 17 décembre 2011.

<http://www.theglobalist.com/StoryId.aspx?StoryId=3886>

Paquin, Stéphane. 2008. « Pourquoi la Francophonie », in Beaudoin, Louise et Stéphane Paquin (éd.). *Pourquoi la Francophonie?*, Montréal, VLB.

Paquin, Stéphane. 2004. *Paradiplomatie et relations internationales : Théorie de stratégies internationales des régions face à la mondialisation*, Bruxelles : Presses Interuniversitaires européennes - Peter Lang.

Parlement européen. 2010. « Rapport sur les dimensions culturelles des actions extérieures de l'UE », Commission de la culture et de l'éducation, 2010/2161(INI).

<http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//NONSGML+REPORT+A7-2011-0112+0+DOC+PDF+V0//FR>

Potter, Evan H. 2002. « Canada and the New Public Diplomacy », *Netherlands Institute of International Relations 'Clingendael'*, Discussion papers in Diplomacy.

http://www.clingendael.nl/publications/2002/20020700_cli_paper_dip_issue81.pdf

République française, 2011. « Création du musée universel Louvre Abou Dabi - Accord entre le Gouvernement de la République française et le Gouvernement des Émirats Arabes Unis », Ministère de la culture et de la communication, consulté le 17 décembre.

<http://www.culture.gouv.fr/culture/actualites/index-aboudabi.html>

Soldatos, Panyotis, 1990. « An Explanatory Framework for the Study of Federal States as Foreign-Policy Actors », dans : Michelmann, Hans et Paynotis Soldatos eds. *Federalism and International Relations : the Role of Subnational Units*, Oxford, Clarendon Press.

Vergniolle de Chantal, François. 2004 « Enjeux politiques et diplomatie aux États-Unis », *Annuaire français de relations internationales*, Vol. 5 : 605-616.



LEPPM
Laboratoire d'étude
sur les politiques publiques
et la mondialisation

Le Laboratoire d'étude sur les politiques publiques et la mondialisation a été créé en 2004 par une entente de partenariat entre le ministère des Relations internationales et l'ENAP. Le Laboratoire est un lieu de veille et d'analyse consacré à l'étude des effets de la mondialisation sur le rôle de l'État et sur les politiques publiques au Québec, et ce sur les enjeux d'ordre culturel, économique, environnemental, de santé, d'éducation et de sécurité.

**Relations
internationales**
Québec 

Directeur : Paul-André Comeau

Pour renseignements :

Karine Plamondon

Téléphone : (418) 641-3000 poste 6864

leppm@enap.ca

Les publications du Laboratoire peuvent être consultées sur le site :

www.leppm.enap.ca

Pour citer ce document :

BUSSON, Marie-Pierre. *Diplomatie culturelle: levier stratégique au coeur des luttes d'influence?*, ENAP, 2012, 14 p. (Rapport évolutif. Analyse des impacts de la mondialisation sur la culture au Québec; Rapport 11).