16 DÉCEMBRE 2021

THÈSE : LA DIPLOMATIE CULTURELLE ALLEMANDE ET FRANÇAISE EN FÉDÉRATION DE RUSSIE

ENTRE SOFT POWER ET ACCOMMODATION

AUTEUR : ADRIEN PIERRE ROBERT HOUGUET

DIRIGÉE PAR : PHILIPPE LANE (UNIVERSITÉ DE ROUEN – NORMANDIE)
STEFAN GARSZTECKI (TECHNISCHE UNIVERSITÄT CHEMNITZ)
MATTHIAS THEODOR VOGT (HOCHSCHULE ZITTAU/GÖRLITZ)

Jury : Serge Borg (FR – Institut Français de Tel Aviv – Rapporteur)
Ulrike Brummert (DE – Technische Universität Chemnitz – Rapporteur)
Anna Barsoukova (RU – Higher School of Economics Moscow – Membre)
Heidrun Friese (DE – Technische Universität Chemnitz – Membre)
Fréderic Neyrat (FR – Université de Rouen Normandie – Membre)

Financée par : Fondation de l'Économie Allemande (Stiftung der Deutschen Wirtschaft)
Université Franco-Allemande (Deutsch-Französische Hochschule)

TECHNISCHE UNIVERSITÄT
CHEMNITZ

La diplomatie culturelle allemande et française en fédération de Russie

Entre soft power et accomodation

Von der Philosophischen Fakultät der
Technischen Universität Chemnitz
genehmigte

Dissertation

zur Erlangung des akademischen Grades
Doktor der Philosophie (Dr. Phil.)

von
Adrien Houguet

Geburtsjahr: 1993

Gutachterin / Gutachter:

Prof. Dr. Stefan Garsztecki (Technische Universität Chemnitz)
Prof. Philippe Lane (Universite de Rouen - Normandie)
Prof. Dr. phil. Dr. habil. Matthias Theodor Vogt (Hochschule Zittau/Görlitz)

Tag der Verteidigung: 18.02.2022
Veröffentlichungsjahr: 2024

Zitierlink: https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:bsz:ch1-qucosa2-892183

Bibliografische Beschreibung

Houguet, Adrien:

La diplomatie culturelle allemande et française en fédération de Russie
Entre soft power et accomodation

Dissertation an der Philosophischen Fakultät
der Technischen Universität Chemnitz
Professur Kultur- und Länderstudien Ostmitteleuropas

Dissertation: 2024

Seitenzahl: 420
Anzahl der Abbildungen: 61
Anzahl der Tabellen: 5
Anzahl der Literaturzitate: 437

Referat:

Die Beziehungen zwischen Russland, auf der einen Seite, und Frankreich und Deutschland, als Motor der Europäischen Union, auf der anderen Seite, befinden sich in einer Phase der Spannungen, insbesondere seit der Ukraine-Krise im Jahr 2013. Diese Spannungen sind vor allem durch die unterschiedlichen Vorstellungswelten zwischen den beiden Seiten entstanden, was zu Meinungsverschiedenheiten und gegenseitigem Missverständnis führte. Die Natur dieser Spannungen ist daher vorwiegend kulturell bedingt. Aber kann Kultur – von Willy Brandt als dritte Säule der Außenpolitik bezeichnet – die beiden Seiten nicht versöhnen?

Schlagworte:

Kulturdiplomatie; Soft power; Akkommodation; AKBP; Russland

Adrien Houguet

La diplomatie culturelle allemande et française en fédération de Russie

TABLE DES MATIÈRES

INTRODUCTION GÉNÉRALE 2

1. LOGIQUES RUSSES, LOGIQUE OCCIDENTALE 3

2. ANALYSE DES DIFFÉRENTES LOGIQUES PAR DES CONCEPTIONS THÉORIQUES 7

2.1. COMPRENDRE LES RAPPORTS CONFLICTUELS ENTRE L'UNION EUROPÉENNE ET LA RUSSIE PAR L'APPROCHE NÉORÉALISTE 7

2.2. COMPRENDRE LES ENJEUX D'UNE RELATION INTENSE ENTRE L'UNION EUROPÉENNE ET LA RUSSIE PAR L'APPROCHE DE L'INTERDÉPENDANCE COMPLEXE 10

2.3. TROUVER DES SOLUTIONS AU CONFLIT PAR L'APPROCHE CONSTRUCTIVISTE 17

3. ENJEU, STRUCTURE ET MÉTHODES DE LA THÈSE 19

3.1. ENJEU, BUTS ET STRATÉGIES 19

3.2. STRUCTURE ET MÉTHODES 20

4. REMERCIEMENTS 21

5. DEUTSCHE ZUSAMMENFASSUNG 23

I. PARTIE THÉORIQUE 27

0. INTRODUCTION À LA PARTIE THÉORIQUE 29

1. CONCEPT(S) DU SOFT POWER 33

1.1. RÉCEPTION DU CONCEPT DE SOFT POWER PAR LA COMMUNAUTÉ SCIENTIFIQUE INTERNATIONALE 34

1.2. CONCEPTS SIMILAIRES 37

1.3. IMPACTS SUR LES POLITIQUES CULTURELLES EXTÉRIEURES DE L'ALLEMAGNE, DE LA FRANCE ET DE LA RUSSIE 53

2. LIMITES DU SOFT POWER 73

2.1. LIMITES PRATIQUES 75

2.2. LIMITES CONCEPTUELLES 88

3. L'APPROCHE D'ACCOMMODATION 99

3.1. ACCOMMODATION 101

3.2. REPRÉSENTATIONS DU MONDE 118

3.3. CLASSE CRÉATIVE ET INTELLIGENTSIA 130

3.4. DIALOGUE INTERCULTUREL 137

4. CONCLUSION DE LA PARTIE THÉORIQUE 145

II. PARTIE EMPIRIQUE 147

0. INTRODUCTION À LA PARTIE EMPIRIQUE 149

0.1. PROTOCOLE GLOBAL DE LA RECHERCHE 151

1. ANALYSE DES ÉVÈNEMENTS CULTURELS I : NOTES D'OBSERVATIONS 163

1.0. PROTOCOLE DE RECHERCHE 164

1.1. RÉSULTATS I – CARACTÉRISTIQUES DES ÉVÈNEMENTS CULTURELS ET ARTISTIQUES 168

1.2. RÉSULTATS II – CARACTÉRISTIQUES DU PUBLIC 182

1.3. RÉSULTATS III – IMPRESSIONS LAISSÉES PAR LES ÉVÈNEMENTS CULTURELS 189

1.4. SYNTHÈSE 202

2. ANALYSE DES ÉVÈNEMENTS CULTURELS II : ENQUÊTE ICONOGRAPHIQUE 207

2.0. PROTOCOLE DE RECHERCHE 208

2.1. RÉSULTATS I – DESCRIPTION DES IMAGES DE L'ALLEMAGNE ET DE LA FRANCE 218

2.2. RÉSULTATS II – À LA RECHERCHE DE FACTEURS PERTINENTS DANS LA FORMATION DE L'IMAGE D'UN PAYS 221

2.3. SYNTHÈSE 249

3. ANALYSE DES ÉVÈNEMENTS CULTURELS III : ENTRETIENS AVEC LES INTERVENANTS ALLEMANDS, FRANÇAIS ET RUSSES 253

3.0. PROTOCOLE DE RECHERCHE 253

3.1. RÉSULTATS I – CARACTÉRISTIQUES DES INTERVENANTS À PARTIR DES NOTES D'OBSERVATIONS 258

3.2. RÉSULTATS II – PARCOURS DES INTERVIEWÉS 265

3.3. RÉSULTATS III – PERFORMANCES RÉALISÉES PAR LES INTERVIEWÉS 269

3.4. RÉSULTATS IV – CHANGEMENTS DE REPRÉSENTATIONS DU MONDE PAR LE CONTACT AVEC UNE AUTRE CULTURE 281

3.5. RÉSULTATS V – COOPÉRATIONS AVEC LES INSTITUTS CULTURELS DU POINT DE VUE DES ARTISTES 296

3.6. SYNTHÈSE 299

4. ANALYSE DES ACTEURS DES POLITIQUES CULTURELLES ALLEMANDES ET FRANÇAISES EN FÉDÉRATION DE RUSSIE 303

4.0. PROTOCOLE DE RECHERCHE 303
4.1. RÉSULTATS I – ÉTAT DES LIEUX 312
4.2. RÉSULTATS II – COOPÉRATIONS INTERNES 331
4.3. RÉSULTATS III – COOPÉRATIONS LOCALES 343
4.4. RÉSULTATS IV – COOPÉRATIONS EUROPÉENNES 356
4.5. RÉSULTATS V – STRATÉGIES ET DIFFICULTÉS 367
4.6. SYNTHÈSE 384
5. SYNTHÈSE ET CONCLUSION DE LA PARTIE EMPIRIQUE 391
5.1. VÉRIFICATIONS DES HYPOTHÈSES 391
5.2. CRITIQUE DES MÉTHODES UTILISÉES 393
5.3. CONCLUSION 394
CONCLUSION GÉNÉRALE 395
1. SYNTHÈSE DES PARTIES THÉORIQUE ET EMPIRIQUE 397
2. PERCEPTIVES DE RECHERCHES 400
2.1. LIMITES DE LA RECHERCHE 400
2.2. PRÉPARATION DE L'APRÈS-THÈSE 400
BIBLIOGRAPHIE 402

TABLE DES ILLUSTRATIONS

FIGURE 1 QUATRE MODÈLES D'ACCULTURATION 116
FIGURE 2 SPHÈRES DE LA CLASSE CRÉATIVE 134
FIGURE 3 UNE MEMBRANE SEMIPERMÉABLE 138
FIGURE 4 MODÈLE DE DE DÉVELOPPEMENT DE LA SENSIBILITÉ INTERCULTURELLE SELON MILTON BENNETT 141
FIGURE 5 SCHÉMA DU PROCÉDÉ D'ANALYSE POUR CHAQUE CHAPITRE 151
FIGURE 6 ÉVÈNEMENTS CULTURELS OBSERVÉS SELON LE SÉJOUR ET LE LIEU DE RECHERCHE 169
FIGURE 7 ÉVÈNEMENTS CULTURELS OBSERVÉS SELON LES INSTITUTS 170
FIGURE 8 ÉVÈNEMENTS CULTURELS OBSERVÉS SELON LA CATÉGORIE D'ÉVÈNEMENTS 171
FIGURE 9 ÉVÈNEMENTS CULTURELS OBSERVÉS SELON LE TYPE DE MÉDIATION 172
FIGURE 10 ÉVÈNEMENTS CULTURELS OBSERVÉS SELON LE LIEU DE DÉROULEMENT 172
FIGURE 11 ÉVÈNEMENTS CULTURELS OBSERVÉS SELON LE RÔLE DE L'INSTITUT 173
FIGURE 12 SUPPORTS RELEVÉS DANS LES ÉVÈNEMENTS CULTURELS 178
FIGURE 13 THÈMES RELEVÉS DANS LES ÉVÈNEMENTS CULTURELS 179
FIGURE 14 THÈMES SOCIÉTAUX RELEVÉS DANS LES ÉVÈNEMENTS CULTURELS 179
FIGURE 15 SUPPORTS ET THÈMES RELEVÉS DANS LES ÉVÈNEMENTS CULTURELS EN FONCTION DU TYPE DE MÉDIATION PAR RAPPORT À LA LONGUEUR DE CITATION 181
FIGURE 16 MOYENNE DE PARTICIPANTS EN FONCTION DE LA CATÉGORIE DE L'ÉVÈNEMENT CULTUREL ET DU TYPE DE MÉDIATION 184
FIGURE 17 GENRE REPRÉSENTÉ EN FONCTION DU PAYS DE L'INSTITUT 185
FIGURE 18 AMBIANCE GÉNÉRALE ET ÉMOTIONS VÉHICULÉES LORS DE L'ÉVÈNEMENT 190
FIGURE 19 ÉMOTIONS DU PUBLIC 192
FIGURE 20 ÉMOTIONS VÉHICULÉES EN FONCTION DU TYPE DE MÉDIATION ET EN COMPARAISON AVEC LES THÈMES ABORDÉS 193
FIGURE 21 THÈMES EN LIEN AVEC LE PAYS 194
FIGURE 22 THÈMES ABORDÉS EN LIEN AVEC LE PAYS PAR RAPPORT À L'INSTITUT CULTUREL OBSERVÉ (NOMBRE DE MENTIONS) 195
FIGURE 23 THÈMES ABORDÉS EN LIEN AVEC LE PAYS PAR RAPPORT À L'INSTITUT CULTUREL OBSERVÉ (LONGUEUR DE CITATIONS) 195
FIGURE 24 LIEN AVEC LE PAYS ET AVEC LA VIE 201
FIGURE 25 DESSIN N°55 213
FIGURE 26 INTERFACE DU PROGRAMME INFORMATIQUE 214
FIGURE 27 SCHÉMA RÉCAPITULATIF DES ÉTAPES DE CODIFICATION 217
FIGURES 28 IMAGES VÉHICULÉES EN FONCTION DES CATÉGORISATIONS : NBI, NBI+ ET SACHOURIYA/LABUTINA 220
FIGURE 29 : CATÉGORISATIONS DU NBI ET DE SACHOURIYA/LABUTINA EN FONCTION DU SEXE DES INTERROGÉS 222
FIGURE 30 CATÉGORISATIONS DU NBI ET DE SACHOURIYA/LABUTINA EN FONCTION DE L'ÂGE DES INTERROGÉS 223

Figure 31 Catégorisations du NBI et de Sachouriya/Labutina en fonction du lieu de résidence des interrogés 223

Figure 32 Catégorisations du NBI et de Sachouriya/Labutina en fonction du niveau d'éducation des interrogés 224

Figure 33 Corrélation entre le niveau de langue et la connaissance de la société du pays dessiné 226

Figure 34 Catégorisations du NBI et de Sachouriya/Labutina en fonction du niveau de langue des interrogés 227

Figure 35 Catégorisation du NBI+ en fonction du niveau de langue des interrogés 228

Figure 36 Nombre d'objets (à gauche) et nombre d'objets différents dessinés (à droite) en fonction du niveau de langue 229

Figure 37 Catégorisations du NBI et de Sachouriya/Labutina en fonction des proches que connaissent les interrogés dans le pays représenté 230

Figure 38 Corrélation entre l'âge et les proches 231

Figure 39 Opinion sur le pays représenté 232

Figure 40 Variations de la catégorie « Politique » du NBI en fonction de l'opinion des répondants de l'enquête principale seulement (à gauche) et des répondants des enquêtes principales et secondaires (à droite). 233

Figure 41 Catégorisations du NBI et de Sachouriya/Labutina en fonction des raisons pour lesquelles les répondants se sont rendus au pays dessiné 235

Figure 42 Catégorisations du NBI et de Sachouriya/Labutina en fonction de la durée du séjour dans le pays dessiné 236

Figure 43 Catégorisation du NBI+ en fonction de la durée du séjour dans le pays dessiné 236

Figure 44 Nombre d'objets (à gauche) et nombre d'objets différents dessinés (à droite) en fonction du niveau de la durée du séjour dans le pays dessiné 237

Figure 45 Catégorisations du NBI et de Sachouriya/Labutina par rapport aux dessins récoltés auprès des instituts culturels de l'Allemagne et de la France ou non 238

Figure 46 Catégorisations du NBI et de Sachouriya/Labutina selon le type d'évènement où les dessins ont été récoltés 240

Figure 47 Catégorisations du NBI, de Sachouriya/Labutina et du NBI+ en fonction du taux de fréquentation aux évènements culturels 241

Figure 48 Catégorisations du NBI, de Sachouriya/Labutina et du NBI+ en fonction de la durée de fréquentation aux évènements culturels 243

Figure 49 renforcement ou changement de l'image du pays par le biais des évènements culturels selon l'avis des répondants 244

Figure 50 Catégorisations du NBI, de Sachouriya/Labutina et du NBI+ en fonction du renforcement ou changement de l'image du pays par le biais des évènements culturels selon l'avis des répondants 246

Figure 51 Répartition en fonction du type, de la présence, du nombre et de la provenance du l'intervenant 260

Figure 52 Type d'intervenants en fonction des instituts culturels 261

Figure 53 Coopérations locales en fonction du type d'institution 347
Figure 54 Coopérations locales en fonction du pays représenté par les institutions 348
Figure 55 Stratégies évoquées par les interviewés en fonction du pays représenté 370
Figure 56 Stratégies évoquées par les interviewés en fonction du lieu de l'établissement représenté 371
Figure 57 Stratégies évoquées par les interviewés en fonction de l'échelle d'opération de l'établissement 373
Figure 58 Partenaires ciblés pour le dialogue interculturel selon l'échelle d'opération 374
Figure 59 Difficultés évoquées par les interviewés en fonction du pays représenté 379
Figure 60 Difficultés évoquées par les interviewés en fonction du lieu de l'établissement représenté 380
Figure 61 Difficultés évoquées par les interviewés en fonction de l'échelle d'opération de l'établissement 381

Tableau 1 types d'évènements culturels selon la médiation employée 143
Tableau 2 méthodologie de la partie empirique 157
Tableau 3 résumé du matériel récolté 161
Tableau 4 récapitulatif de la récolte de dessin 212
Tableau 5 comparaison des Goethe-Instituts en Russie en 2013 323

Équation 1 Calcul du point central 214
Équation 2 Formule de l'aire d'un polygone simple quelconque dans un repère orthonormé 215
Équation 3 Calcul du barycentre 215
Équation 4 Calcul de la distance 215
Équation 5 calcul du score d'importance 216

TRANSLITÉRATION ET ORTHOGRAPHIE

Les noms propres russes sont latinisés en utilisant la translittération scientifique suivante :

Table de translittération des caractères cyrilliques russes

Alphabet cyrillique	Translittération scientifique[1]	Transcription allemande[2]	Transcription anglaise[3]	Transcription française[4]
A a	A a	A a	A a	A a
Б б	B b	B b	B b	B b
В в	V v	W w	V v	V v
Г г	G g	G g	G g	Gu gu / G g
Д д	D d	D d	D d	D d
E e	E e	E e / Je je	E e / Ye ye	E e / Ie ie / ïe
Ё ё	Ë ë	Jo jo	Yo yo	Io io
Ж ж	Ž ž	Sch sch	Zh zh	J j
З з	Z z	S s	Z z	Z z
И и	I i	I i	I i	I i / ï
Й й	J j	J j	Y y	Ï ï
К к	K k	K k	K k	K k
Л л	L l	L l	L l	L l
М м	M m	M m	M m	M m
Н н	N n	N n	N n	N n / ne
O o	O o	O o	O o	O o
П п	P p	P p	P p	P p
P p	R r	R r	R r	R r
C c	S s	S s / ss	S s	S s / ss
Т т	T t	T t	T t	T t
У у	U u	U u	U u	Ou ou
Ф ф	F f	F f	F f	F f
X x	Ch ch	Ch ch	Kh kh	Kh kh
Ц ц	C c	Z z	Ts ts	Ts ts
Ч ч	Č č	Tsch tsch	Ch ch	Tch tch
Ш ш	Š š	Sch sch	Sh sh	Ch ch
Щ щ	Šč šč	Schtsch schtsch	Shch shch	Chtch chtch
Ъ ъ	‟	-	-	-
Ы ы	Y y	Y y	Y y	Y y
Ь ь	‘	-	-	-
Э э	È è	E e	E e	E e
Ю ю	Ju ju	Ju ju	Yu yu	Iou iou / ïou / ou
Я я	Ja ju	Ju ju	Ya ya	Ia ia / ïa / a

***

Seul l'orthographe française rectifié est d'usage dans cet ouvrage.

---

1 Calqué sur Alan Timberlake, *A Reference Grammar of Russian*, Cambridge (UK), Cambridge University Press, 2004, p. 25.

2 http://www.russki-mat.net/trans.htm [08.10.2021]

3 Calqué sur *Ibid.*, p. 25.

4 http://www.russki-mat.net/trans.htm [08.10.2021]

ACRONYMES

AKBP	Auswärtige Kultur- und Bildungspolitik
APC	Accord de partenariat et de coopération
BRICS	Brésil, Russie, Inde, Chine et Afrique du Sud
CEI	Communauté des États Indépendants
CEEA	Communauté économique eurasiatique (voir : Eurasec)
COCAC	Conseiller de Coopération et d'Action Culturelle
CSCE	Conférence sur la sécurité et la coopération en Europe
DAAD	Deutscher Akademischer Austauschdienst
DGM	Direction Générale de la Mondialisation (MEAE)
EPIC	Établissement public à caractère industriel et commercial
EUNIC	European Union National Institutes for Culture
Eurasec	Communauté économique eurasiatique
FMI	Fonds monétaire international
GAFAM	Google, Apple, Facebook, Amazon, Microsoft
IFA	Institut für Auslandsbeziehungen
IFR	Institut Français de Russie
MCC	Ministère de la Culture et de la Communication
MEAE	Ministère de l'Europe et des Affaires Étrangères.
NBI	Nation Brand Index
ONU	Organisation des nations Unies
OCS	Organisation de Coopération de Shanghai
OSCE	Organisation pour la sécurité et la coopération en Europe
OTAN	Organisation du traité de l'Atlantique nord
OTSC	Organisation du traité de sécurité collective
PCUS	Parti Communiste de l'Union Soviétique
PESC	Politique étrangère et de sécurité commune
PIB	Produit intérieur brut
PPA	Parité de pouvoir d'achat
PSYOP	Psycological operation
SEAE	Service européen pour l'action extérieure
SCAC	Service de Coopération et d'Action Culturelle
UEEA	Union économique eurasiatique
UNESCO	United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization
URSS	Union des Républiques Socialistes soviétiques
UE	Union Européenne
VI ou VIA	Volontaire International (en Administration)

Introduction générale

1. LOGIQUES RUSSES, LOGIQUE OCCIDENTALE

Depuis la chute de l'URSS les relations entre la Russie et l'Union Européenne (UE), dont font partie l'Allemagne et la France, ont pris - selon la politicologue Anne de Tinguy - concurremment deux directions en apparence contradictoire : celle de la distanciation et celle de l'association[1].

Du point de vue de la Russie, la « doctrine Primakov » élaborée en 1998, après une phase de la politique étrangère russe associée à la volonté de s'intégrer au monde occidental[2], nous permet de comprendre l'imbrication de ces deux directions. Evgueni Primakov, le ministre des Affaires étrangères russe de 1996 à 1998 sous la présidence de Boris Eltsine (1991-1999), reprend une conception déjà timidement évoquée par son prédécesseur[3] mais avec plus de poigne : il refuse dans un premier temps la logique d'intégration pure et simple dans un monde occidental où la Russie jouerait un second rôle (logique de distanciation[4]). Pour lui, la Russie doit s'affirmer et défendre ses positions à l'international mais doit le faire par le biais d'échanges d'égal à égal sur la base d'intérêts communs en évitant la confrontation (logique d'association). Pourtant, si les intérêts de la Russie sont ignorés alors « c'est le meilleur moyen de retomber dans une logique de guerre froide »[5] (logique de confrontation). Cette dernière évolution,

---

1 Voir l'introduction d'Anne de Tinguy à la conférence « Russie et Europe » de la Fondation Singer-Polignac, Paris 06/05/2009 https://www.dailymotion.com/video/x9a6jx [consulté le 30.11.2021]

2 Sous la direction du ministre des affaires étrangère de la fédération de Russie Andreï V. Kozyrev, considéré comme « prooccidental », du 11/10/1990 au 05/01/1996 la politique étrangère russe connait une phase de 1990 à 1993 qui s'associe à la volonté de s'intégrer au monde occidental (Алексей Богатуров, *Три поколения внешнеполитических доктрин России. Текущий номер. Том 13, № 1 (40). Январь–март 2015* in « Международные процессы », 1 / 2015) toutefois elle entame une certaine distanciation vis-à-vis de l'Occident à partir de 1993/1994 (voir discours du ministre à Conférence sur la sécurité et la coopération en Europe en décembre 1992 - Norman Kempster, *Just Kidding, Russian Says After Cold War Blast Stuns Europeans* in « Los Angeles Times »)

3 Après une période d'américanocentrisme au début du premier mandat de Boris Eltsine et son ministre des affaires étrangères, Kozyrev, ce dernier lance timidement sa doctrine : « Prendre modèle sur les pays démocratiques avancés, être admis dans leur club sur un pied d'égalité, tout en restant digne et en gardant sa personnalité; telle est notre conception. » Moskovskie Novosti, 14 juin 1992 cité dans Vyacheslav Nikonov, *La Russie et l'Occident. Des illusions au désenchantement* in « Critique internationale » n°3, 12 / 2001.

4 I.M. Primakov utilise le terme d'« équidistance » (en russe : равноудаленность) ou d' « équipollence » (en russe : равноприближенность) entre les mondes occidental et oriental. V.V. Poutine parlera de « diversification » des partenaires. (Алексей Богатуров, *Три поколения внешнеполитических доктрин России. op. cit.*) notamment avec les sommets des BRICS (**B**résil, **R**ussie, **I**nde, **C**hine et Afrique du **S**ud) ou l'Organisation de coopération de Shanghai (OCS) à vocation militaire comprenant les membres de l'OTSC (Organisation du Traité de Sécurité Collective) ainsi que la Chine, l'Inde, le Pakistan et l'Ouzbékistan

5 «Сторонники сближения любой ценой с «цивилизованным Западом» исходили и исходят из того, что альтернативой этому в сложившихся условиях является неизбежное сползание к

non évoquée par Anne de Tinguy en 2009, a pris progressivement de l'ampleur et culmine notamment depuis 2013/2014 avec la crise ukrainienne et d'autres contentieux[6]. Ainsi la « doctrine Primakov » n'a pas changée sur le fond mais s'est affirmée au fur et à mesure du retour progressif de la Russie sur la scène internationale.

Du côté de l'Union Européenne, le changement de position[7] de l'URSS, sa chute ainsi que l'arrivée d'un Boris Eltsine « prooccidental » au pouvoir de la fédération de Russie vont lui permettre de continuer et de pousser sa logique d'intégration vers l'Est. Cette logique se traduit avec la venue de 16 nouveaux membres de 1995 à 2013[8], par le développement d'un partenariat oriental depuis 2009 avec certains membres de l'ex-URSS[9] ainsi que par des accords de coopération avec la Russie[10]. Elle s'est accompagnée de l'entrée de plusieurs pays de l'ancien pacte de Varsovie[11] et des pays baltes (Estonie, Lettonie, Lituanie) – anciennes républiques de l'URSS – dans l'OTAN

конфронтации. Это не так. Россия может и должна стремиться к равноправным партнерским отношениям со всеми, искать и находить поля совпадающих интересов, «вспахивать» такие поля с другими. А там, где они не совпадают – этого исключать, как показывает жизнь, нельзя, – стремиться найти такие решения, которые, с одной стороны, обеспечивают жизненно важные для России интересы и – с другой – не приводят к соскальзыванию к конфронтации. Очевидно, в этом и заключается диалектика внешней политики Российской Федерации в период после холодной войны. Если поля совпадающих интересов игнорируются – это в лучшем случае вновь холодная война.» Evgenij M. Primakov, *Vstreči na perekrestkach*, Moskva, Centrpoligraf, 2016.

6 À noter que la plupart des contentieux ont commencé avant la crise ukrainienne. (Maxime Lefebvre, *La Russie et l'Occident. dix contentieux et une escalade inévitable ?* in « Question d'Europe » n°379 2016). De nouveaux contentieux sont à ajouter à la liste notamment avec l'affaire Skripal en 2018 suivie d'une crise diplomatique ainsi qu'avec les soupçons d'ingérence russe pendant la campagne américaine en 2016 et dans certains pays européens (notamment l'Allemagne et la France) en 2017. D'autres contentieux concernent des cyberattaques et des campagnes de désinformation. De plus, l'Union Européenne regarde d'un mauvaise œil certaines évolutions en Russie concernant l'application des droits de l'Homme et la dégradation de la situation de la société civile, notamment avec l'arrestation de l'opposant Alexeï Navalny. Delegation of the European Union to Russia, *Fact and figures about EU-Russia relations*.

7 À la fin des années 80 le dernier dirigeant soviétique, Mikhaïl Sergueïevitch Gorbatchev, abandonne la doctrine « Brejnev » et donc les positions de l'URSS en Europe centrale. Il lance aussi l'idée de la « maison commune européenne » en vue d'une intégration paneuropéenne. Conseil de l'Europe-Assemblée parlementaire. Compte-rendu. Quarante et unième session ordinaire. 8-12 mai et 3-7 juillet 1989. Tome I. Séances 1 à 9. 1990. Strasbourg : Conseil de l'Europe. "Discours de Mikhaïl Gorbatchev", p.197-205. https://www.cvce.eu/obj/discours_de_mikhail_gorbatchev_devant_le_conseil_de_l_europe_strasbourg_6_juillet_1989-fr-4c021687-98f9-4727-9e8b-836e0bc1f6fb.html

8 Autriche, Finlande, Suède en 1995 ; Estonie, Lettonie, Lituanie, Pologne, République Tchèque, Slovaquie, Hongrie, Slovénie, Chypre et Malte en 2004 ; Roumanie et Bulgarie en 2007 et Croatie en 2013.

9 Biélorussie, Ukraine, Moldavie, Géorgie, Azerbaïdjan et Arménie. Dans ce cadre des accords d'associations avec la Géorgie, la Moldavie et l'Ukraine ont été signés avec l'Union Européenne. Ce dernier a une importance particulière puisque le refus de l'ancien président ukrainien Viktor Ianoukovitch de signer un accord de coopération en 2013 dans le cadre du partenariat oriental a entrainé des manifestations à Kiev qui ont conduit à la révolution de Maïdan ou « Euromaïdan ».

10 Notamment l'Accord de partenariat et de coopération (APC) en 1994 (en vigueur à partir de 1997), les quatre espaces communs (économique ; liberté, sécurité et justice ; sécurité extérieure ; recherche, éducation et culture) et le partenariat pour la modernisation respectivement en 2003 et 2010

11 République tchèque, Hongrie et Pologne en 1999 ; Bulgarie, Roumanie, Slovaquie en 2004

ainsi que d'un dialogue entre l'OTAN et la Russie. Dans cette logique, l'Union Européenne et l'OTAN ont-elles (ou avait-elles) à terme le but d'intégrer la Russie dans un ensemble paneuropéen/panoccidental ? Étant données les différentes visions sur les limites de l'Union Européenne et de l'OTAN, la question ne présente pas qu'une seule réponse possible et reste ouverte[12].

De son côté, la Russie poursuit aussi une logique d'intégration, ou plutôt une logique de réintégration, à un ensemble qui regrouperait la plupart des anciennes républiques d'URSS. Née des tentatives échouées de Michael Sergueïevitch Gorbatchev sur un nouveau traité d'Union[13] puis relancée avec l'union douanière de la Communauté des États Intégrés (1996-2000) et renforcée avec l'Eurasec (2000-2015) face à la faiblesse d'intégration de la Communauté des États Indépendants (CEI)[14], cette logique prend

---

12 Charles De Gaulle parlait dès 1959 lors de son discours prononcé à Strasbourg d'une Europe « de l'atlantique jusqu'à l'Oural et l'ancien président du Conseil des ministres d'Italie Silvio Berlusconi pensait qu'à terme la Russie adhèrerait à l'Union Européenne. Michel Foucher évoque, sans pour autant les partager, des visons d'une expansion de l'OTAN/UE à l'ensemble des États européens en excluant la Russie. « En outre, l'extension de l'Union correspond à un dessein proprement géostratégique conçu par les administrations américaines successives. Celles-ci sont les seules à avoir depuis longtemps une vision claire des limites ultimes de l'Europe instituée: rassembler, à terme, dans les <structures euro-atlantiques>, tous les pays du Conseil de l'Europe sauf la Russie parce qu'il s'agit d'achever le travail commencé le 6 juin 1944, relancé après 1989 – celui d'une pacification du continent confortée par l'établissement d'une aire gouvernée par des régimes démocratiques dont la défense est assurée pour l'essentiel par l'Alliance atlantique, c'est-à-dire les États-Unis. » (Michel Foucher, *L'Europe et l'avenir du monde*, Paris, Odile Jacob, 2009 p.60). Pour une intégration de la Russie dans l' « Europe » voir aussi le terme de « grande Europe » ou « très grande Europe » (Roland Guillon, et al., *Vers une très grande Europe. Quelle taille minimale pour l'Europe dans la mondialisation du XXIe siècle ?*, Paris, L'Harmattan, 2008). Andreas Umland prophétise l'avenir de la Russie par une intégration paneuropéenne. (Andreas Umland, *Preparing for and working towards a democratic Russia* in « Open Democracy » 28.12.2017). Céline Bayou pense que le dialogue Russo-européen ne peut conduire à long terme qu'à l'intégration des deux entités dans un ensemble commun (Céline Bayou, *Le dialogue russo-européen sert-il un projet ? Une analyse des référentiels discursifs* in « Revue d'études comparatives Est-Ouest » n°3, 36 / 2005). Pascal Orcier envisage le scénario d'une expansion maximale de l'UE avec la Russie. (Pascal Orcier, *L'Europe entre associations, alliances et partenariats. L'état de l'Union européenne, de la zone euro, de l'espace Schengen et de l'Otan au 1er juillet 2017*, 2015-2018). Le terme de « Grande Europe » peut aussi servir à la désintégration de l'Union Européenne Marek Menkiszak, *Wielka Europa. Putinowska wizja (dez)integracji europejskiej*, Warszawa, Ośrodek Studiów Wschodnich im. Marka Karpia, 2013.

13 En juillet 1990, alors que les mouvements nationalistes dans les différentes républiques annoncent la fin de l'URSS comme entité politique, Michael Sergueïevitch Gorbatchev, secrétaire général du PCUS, propose une « Union des États souverains » au XXVIIIème congrès du PCUS qui serait une fédération décentralisée remplaçant l'Union soviétique. Cette idée, approuvée par un référendum, n'a pas été mise en application à la suite du putsch d'aout 1991. Tentant de sauver l'Union une dernière fois, Gorbatchev lance l'idée de confédération avant la chute formelle de l'URSS – Sans suite.

14 La Communauté des États Indépendants (CEI) regroupe en 2018 la Biélorussie ; la Russie ; l'Arménie ; l'Azerbaïdjan ; le Kazakhstan ; Le Kirghizistan ; la Moldavie ; l'Ouzbékistan ; le Tadjikistan. Le Turkménistan, la Géorgie et l'Ukraine en sont des anciens membres. La CEI a été conçue pour faciliter la transition entre l'état d'Union et celui d'un ensemble d'États indépendants par la coopération entre ces derniers. (Voir l'acte fondateur de la CEI, signé le 8 décembre 1991 par Boris Eltsine, le président du RSFR de Russie, Leonid Kravtchouk, le président de l'Ukraine et Stanislaw Chouchkievitch, le président de la Biélorussie). La CEI a plus eu une fonction de désintégration progressive de l'URSS, qu'une réintégration à long terme de l'espace postsoviétique à un nouvel ensemble, d'où la création en parallèle de l'Union Économique Eurasiatique

forme depuis la création en 2015 de l'Union Économique Eurasiatique (UEEA). Il s'agit d'une union économique, douanière et de libre-échange dont le modèle d'intégration se veut proche de celui de l'Union Européenne. Outre une relance de la réintégration de l'espace postsoviétique, cette initiative connait quelques limites[15]. Son pendant militaire est l'OTSC (Organisation du traité de sécurité collective), organisation existant depuis 2002, remplaçant le traité de Tachkent en place depuis 1992[16]. Cette logique de réintégration est associée à la fois au concept d'*étranger proche*[17] où la Russie aurait des intérêts privilégiés et où elle aurait des liens historiques et particuliers[18] et à l'idée d'un monde multipolaire dans lequel la Russie jouerait un rôle majeur.

(anciennement Communauté des États Intégrés puis Eurasec) et de l'OTSC (anciennement traité de Tachkent).

15 D'après le rapporteur M. Dufau ses limites seraient 1) qu'il s'agit d'une construction purement économique et technocratique ; 2) que son poids économique est insuffisant par rapport aux autres unions douanières ; 3) que la Russie prédomine fortement l'Union et 4) qu'elle n'est pas en mesure d'attirer toutes les républiques de l'espace postsoviétique. Thierry Mariani; Jean-Pierre Dufau, *Rapport d'information. sur la crise ukrainienne et l'avenir des relations entre la Russie et l'Union européenne et la France*, 30.06.2016, p. 131–143.

16 Elle remplace le traité de Tachkent actif de 1992 à 2003 et comprend l'Arménie, la Biélorussie, le Kazakhstan, le Kirghizistan et le Tadjikistan. Elle reprend la quasi-totalité du contenu politico-militaire de la CEI, puis de l'EURASEC (organisation économique précédant l'Union Eurasiatique). Elle a pour tâches la lutte contre le terrorisme, le trafic de drogue, l'immigration illégale et le crime organisée. Elle intervient aussi lors de missions pour la paix.

17 Le terme d'*étranger proche* (en russe : ближнее зарубежье) a été utilisée dès 1992 par le ministre des Affaires étrangère de l'époque, Andreï Vladimirovitch Kozyrev, pour désigner certaines anciennes républiques d'URSS (Belarus, Ukraine, Moldavie, Géorgie, Arménie, Azerbaïdjan, Kazakhstan, Ouzbékistan, Kirghizistan, Tadjikistan et Turkménistan) où la Russie aurait des intérêts particuliers. Les pays Baltes n'y sont pas systématiquement inclus. Il est à mettre en opposition avec le terme d'*étranger lointain* (дальнее зарубежье) – le reste du monde. Kaare D. Martinsen, *The Russian-Belarusian Union and the Near Abroad* in « Institutt for Forsvarsstudier ad pontes » 2002, p. 2.

18 Dans un contexte de crise intense avec la Géorgie, Dmitri A. Medvedev, le président de la Fédération de Russie de 2008 à 2012, a affirmé en aout 2008 que « У России, как и у других стран мира, есть регионы, в которых находятся привилегированные интересы. В этих регионах расположены страны, с которыми нас традиционно связывают дружеские, добросердечные отношения, исторически особенные отношения. Мы будем очень внимательно работать в этих регионах и развивать такие дружеские отношения с этими государствами, с нашими близкими соседями. » (Интервью Дмитрия Медведева российским телеканалам. Президент России ответил на вопросы журналистов телевизионных каналов «Россия», Первого, НТВ. 31 августа 2008 года, 19:00. http://kremlin.ru/events/president/news/1276 [consulté le 30.07.2018]) Ce discours correspond au cinquième point de la politique étrangère russe, les quatre autres principes étant : 1) La Russie reconnait la primauté des principes fondamentaux du droit international ; 2) D'après la Russie, le monde doit être multipolaire ; 3) La Russie ne souhaite de conflit avec personne. Elle ne souhaite pas s'isoler ; 4) La Russie défend la vie et la dignité des citoyens russes où qu'ils se trouvent. Elle défend les intérêts des entrepreneurs russes à l'étranger.

2. ANALYSE DES DIFFÉRENTES LOGIQUES PAR DES CONCEPTIONS THÉORIQUES

2.1. COMPRENDRE LES RAPPORTS CONFLICTUELS ENTRE L'UNION EUROPÉENNE ET LA RUSSIE PAR L'APPROCHE NÉORÉALISTE

La logique d'intégration de l'Union Européenne ainsi que de l'OTAN et leur expansion respective à l'Est semble concurrentielle avec la logique de réintégration poursuivie par l'Union Eurasiatique et l'OTSC prédominée par la Russie[1]. La conception néoréaliste des relations internationales permet d'éclaircir la situation sur les rapports conflictuels entre la Russie et l'Union Européenne (et, de ce fait, aussi celle des relations franco-russes et germano-russes).

Cette conception se base sur les États-nations, considérés comme principaux acteurs des relations internationales. Selon les néoréalistes leurs rapports s'effectuent dans un système anarchique, c'est-à-dire sans autorité souveraine au-dessus d'eux[2]. Ils agissent pour leur compte et pour leurs intérêts propres. L'enjeu principal est le gain ou la préservation de la puissance d'un État. Cette conception est à comparer à un *jeu à somme nulle :* le gain de puissance se fait toujours au détriment d'un autre. Lors d'une coopération entre États, l'accent est mis sur celui qui profite le plus de cette dernière[3]. Elle reprend aussi l'idée de sphères d'influences entre grandes puissances et la formation de « blocs » économiques et militaires[4].

D'un point de vue néoréaliste donc, la logique d'intégration de l'Union européenne et de l'OTAN d'un côté et, de l'autre, la logique de réintégration d'une partie de l'espace postsoviétique, défendue entre-autre par la Russie, peuvent laisser penser à la formation de deux « blocs » politiques, militaires et économiques distincts, dont l'adhésion d'un pays à un des blocs se fait au détriment de l'autre. Cette concurrence amène donc à des tensions entre les deux « blocs ».

---

1 La Russie possède notamment environ 85% du territoire, 80% de la population et 85% du PIB en PPA de l'Union Économique Eurasiatique à cela s'ajoute la prédominance militaire de la fédération de Russie au sein de l'OTSC. Thierry Mariani; Jean-Pierre Dufau, *Rapport d'information*. *op. cit.*, p. 136.

2 Wichard Woyke, *Handwörterbuch Internationale Politik*, Ulm, 2008 p.473-504

3 « Das Interesse des Neoliberalismus gilt den absoluten Kooperationsgewinnen der Akteure, während sich die Neorealisten auf relative Kooperationsgewinne konzentrieren. D.h. sie fragen danach, welcher Akteur im Vergleich zu anderen *mehr* von Kooperation profitiert, während das Interesse der Neoliberalen auf die Maximierung des Gesamtes an Gewinnen für *alle* Akteure zielt *Ibid.* p.280

4 *Ibid.* p.496

Dans sa conception de la politique étrangère, La Russie critique notamment « l'expansion géopolitique » de l'UE et de l'OTAN qui mènent une politique de « containment »[5] envers la Russie et, en cela, se refuse à la création d'un système paneuropéen de sécurité et de coopération[6]. À cela l'Union Européenne et l'OTAN rétorquent avec la Charte de Paris de 1990, aussi approuvée par la Russie, affirmant « la liberté de choix » en matière de sécurité de chaque pays européen[7] et que l'organisation militaire de l'OTAN n'est pas dirigée contre la Russie[8].

La tension culmine au sein des conflits dits « gelés » en Géorgie (Abkhazie et Ossétie du Sud), en Moldavie (Transnistrie) et en Ukraine (Crimée et Donbass)[9] freinant, voire empêchant le processus d'intégration de l'Union Européenne et de l'OTAN à l'Est mais aussi de l'UEEA et de l'OTSC aux pays membres (ou anciens membres) de la Communauté des États Indépendant. Il s'est donc installé une sorte de *statu quo* en Europe de l'Est et pourtant les lignes pourraient bouger dans les années à venir[10]. Les accusations réciproques de propagande russe au sein des États membres de l'Union Européenne[11] et de la propagande occidentale en Russie[12] sont une source de tension

---

5 La politique de « containment » (« endiguement » en français) ou « doctrine Truman » est la stratégie de la politique étrangère américaine menée après la Seconde Guerre mondiale. Son but était de stopper l'extension du communisme en soutenant les pays situés autour de la zone d'influence soviétique afin qu'ils ne deviennent pas communistes.

6 « Накопившиеся в течение последней четверти века системные проблемы в Евро-Атлантическом регионе, выразившиеся в осуществляемой Организацией Североатлантического договора (НАТО) и Европейским союзом (ЕС) геополитической экспансии при нежелании приступить к реализации политических заявлений о формировании общеевропейской системы безопасности и сотрудничества, вызвали серьёзный кризис в отношениях между Россией и государствами Запада. » Министерство иностранных дел Российской Федерации, *Концепция внешней политики Российской Федерации*, 30 ноября 2016.

7 « Au moment où prend fin la division de l'Europe, nous nous efforcerons de donner une qualité nouvelle à nos relations en matière de sécurité, tout en respectant pleinement la liberté de choix de chacun dans ce domaine. » Charte de Paris pour une nouvelle Europe 1990 - Conférence sur la sécurité et la coopération en Europe.

8 « Chaque pays qui devient membre de l'OTAN s'engage à respecter les principes et les politiques de l'Alliance. Est également visé ici l'engagement pris par celle-ci, et réaffirmé au sommet de Varsovie, de < ne pas chercher la confrontation et de ne représenter aucune menace pour la Russie >. L'élargissement de l'OTAN n'est pas dirigé contre la Russie. » OTAN - Site officiel, *Relations OTAN-Russie : les faits*]

9 La Biélorussie pourrait être éventuellement ajoutée à cette liste. La crise politique qu'a engendrée la réélection du président Loukachenko pourrait effectivement déboucher sur un conflit gelé András Rácz; Cristina Gherasimov; Milan Nič, *Four Scenarios for the Crisis in Belarus* in « DGAP Policy Brief » n°N°16 August 2020.

10 Sabine Fischer, *Not Frozen! The Unresolved Conflicts over Transnistria, Abkhazia, South Ossetia and Nagorno-Karabakh in Light of the Crisis over Ukraine*, Berlin 2016

11 Voir la résolution du Parlement Européen, *Résolution du 23 Novembre 2016. Communcation stratégique de L'Union visant à contrer la propagande dirigée contre elle par des tiers*, 23 Novembre 2016; Gediminas Vilkas, *Les propagandes anti-UE russe et des groupes terroristes islamistes alarmantes Actualité | Parlement européen*, Strasbourg, 27.11.2016.

12 Voir les lois « sur les agents de l'étranger ». Федеральный закон, *"О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации в части регулирования деятельности некоммерческих организаций, выполняющих функции иностранного агента"*, 20.07.2012 Елена Франклин, *Агенты народа. Четыре года действия закона «Об Иностранных Агентах» в России: последствия для общества*, 2016 « Sur les organisations

supplémentaire. Il existe également de nombreux conflits internationaux où Russie et Union Européenne ne s'accordent pas sur les mesures à prendre et les solutions à envisager[13].

La conception néoréaliste des relations internationales, très en vogue ces derniers temps[14], met l'accent sur les sources de confrontation entre la Russie et l'Occident. Elle met en lumière leur concurrence et leurs intérêts respectifs dans certaines régions du monde[15]. En outre, elle nous fait déduire que la politique étrangère russe comme la politique d'intégration de l'UE sont plus le fait de la conjecture que celui des décideurs, du moins lorsque ceux-ci s'en tiennent à leur rôle de *virtù* face aux *occasioni* créés par les aléas de la *fortuna*[16]. Elle omet toutefois les possibilités d'une coopération « gagnant-gagnant » et n'offre pas de solutions satisfaisantes pour une sortie de conflit. En effet, en partant de la conception néoréaliste, deux issues « pacifiques » et quelque peu fantaisistes aux conflits peuvent être déduites :

1. Une escalade militaire, notamment en termes de dissuasion, ou une pression économique jusqu'à ce que l'autre plie. C'est le système qui a été employé lors de la guerre froide entre les États-Unis d'Amérique et l'Union Soviétique. Les sanctions économiques et diplomatiques infligées entre autres par les États-Unis et l'Union Européenne à la Russie ainsi que la réplique de cette dernière envers les

indésirable » Le Monde, *En Russie, une loi interdit les ONG « indésirables »*, 24.05.2015 Die Zeit, *Russland lässt deutsche Stiftungen durchsuchen* in « ZEIT ONLINE » et les « sur les médias – agents de l'étranger » Лиза Миллер, *Госдума приняла закон о СМИ—иностранных агентах* in « Коммерсантъ ».

13 Sans rentrer dans les détails et pour n'en citer que quelques-uns : Syrie, Lybie, Afghanistan, Centrafrique, Venezuela etc. Voir l'avis de l'Union Européenne à ce niveau : High Representative of the Union for Foreign Affairs and Security Policy, *joint communication to the european parliament, the european council and the council. On EU-Russia relations - Push back, constrain and engage*, Brussels, 16.6.2021, p. 8–9.

14 Timofei V. Bordachev, *Les relations UE-Russie à l'ère du jeu à somme nulle* in « Politique étrangère », 1 / 2013 p.170

15 Les intérêts ne divergent pas toujours, comme disait ironiquement Charles Quint au XVIème siècle : « Les intérêts de François Ier et les miens concordent généralement, nous voulons tous deux le duché de Milan. » citation relevée dans *Ibid.* p.163

16 Concepts de Niccolò Machiaveli dans *le Prince* : le *virtù* est celui faisant preuve d'habilité et de pragmatisme dans ses décisions en fonction de l'occasion/*occasione* qui se présente devant lui (fortuna). *Niccolò Machiavelli, Il Principe. Der Fürst, Stuttgart, Reclam, 2001 [1ère ed. 1532] Andreas Vierecke, et al., Dtv-Atlas - Politik. Politische Theorie - Politische Systeme - Internationale Beziehungen, München, 2009, p. 38–39.*

occidentaux[17] ainsi que les manœuvres militaires de l'OTAN et de la Russie près de leurs frontières respectives[18] vont aussi dans ce sens.

2. Une acceptation du statu quo suivi d'une répartition de « sphères d'influence » approuvées entre les deux parties. Cette solution rappelle les protocoles secrets du pacte Ribbentrop-Molotov sur le partage des sphères d'influences entre l'Allemagne Nazie et l'URSS en Europe de l'Est.

Ces deux solutions ne seront pas retenues pour cette thèse.

2.2. COMPRENDRE LES ENJEUX D'UNE RELATION INTENSE ENTRE L'UNION EUROPÉENNE ET LA RUSSIE PAR L'APPROCHE DE L'INTERDÉPENDANCE COMPLEXE

La conception néoréaliste n'est pas la seule approche pertinente pour analyser les relations entre la Russie et l'Union Européenne, dont l'Allemagne et la France sont les acteurs majeurs.

L'approche de l'interdépendance complexe, liée au néolibéralisme, ne considère pas les États comme les seuls acteurs des relations internationales, mais y ajoute aussi les

---

17 À la suite de la crise de la Crimée en février/mars 2014 les membres d'UE dans le cadre de la politique étrangère et de sécurité commune (PESC) décident le 6 mars d'un plan de sanctions en trois étapes. Les premières sanctions se mettent en place dès la décision et sont de nature diplomatique, elles concernent la suspension d'un nouvel accord de partenariat entre l'UE et la Russie, les négociations pour la libéralisation des visas seront gelées et il n'y aura plus de sommet UE-Russie. Après l'annexion de la Crimée le 18 mars 2014 une seconde vague de sanctions a touché des personnalités et des organisations russes responsables des évènements en Ukraine et proches du pouvoir : ils sont depuis interdit de séjour et leurs avoirs ont été gelés. L'UE a aussi stoppé ses échanges avec la Crimée et Sébastopol. À la suite de la guerre dans le Donbass, commencée en avril 2014, et a son escalade militaire à l'été 2014 (notamment lié à l'avion MH17 abattu et à la supposition de l'intervention des troupes régulières russes) l'UE lance une troisième vague de sanctions. Celles-ci concernent directement les échanges économiques avec la Russie dans des secteurs particuliers notamment celui des échanges d'armes, de technologie dans le secteur énergétique et militaire, des biens à double usage (civils et militaires). Des grands groupes russes (banques, énergie, défense) ont été interdit d'acheter des nouvelles actions plus de 30 jours. Les investissements et la coopération européennes en Russie a été suspendue. Ces sanctions ont été coordonnées avec celles des États-Unis, du Canada, de l'Australie et du Japon mais aussi de l'Albanie, de la Géorgie, de l'Islande, du Kosovo, de la Moldavie, du Monténégro, de la Norvège, de la Nouvelle-Zélande, de la Suisse et de l'Ukraine. La Russie a aussi été exclue du groupe des huit (G8 devenu G7) en mars 2014. Les sanctions économiques sont liées jusqu'à la mise en œuvre complète des accords de Minsk. En réplique la Russie a mis en place un embargo sur certains produits agricoles de l'UE. Ces sanctions, dont le but était de faire changer la politique de la Russie en Ukraine pour l'UE et inversement pour la Russie, ont eu un effet limité. On leur accorde une certaine désescalade dans le Donbass et la mise en place des accords de Minsk II mais elles n'ont pas empêché l'arrêt des combats ou le retour de la Crimée à l'Ukraine. Elles ont aussi très peu participé à l'affaiblissement de l'économie russe ou européenne. Sabine Fischer, *Sanktionen als Dauerzustand. Vorschlag für eine Flexibilisierung der EU-Sanktionspolitik gegenüber Russland* in « SWP - Aktuell », 24 / April 2017.

18 Voir, entre autres, les manœuvres militaires russes en octobre 2017 en Biélorussie intitulées Zapad – 2017 Nathalie Guibert, *Manœuvres militaires Zapad 2017. la Russie a testé une guerre majeure, juge l'OTAN* in « Le Monde » et celles de l'OTAN en juin 2016 en Estonie intitulées Saber strike Лента новостей, *Военные учения НАТО Saber Strike начались в Эстонии* in « Коммерсантъ » 13.06.2016.

institutions internationales, les différents « régimes »[19], les organisations non-gouvernementales (ONG), la société civile des différents États etc. Ces derniers interagissent ensemble et créent une dépendance mutuelle[20]. Les acteurs sont pensés comme des *homos œconomicus,* c'est-à-dire que leurs décisions sont le fruit d'un choix rationnel calculé sur une analyse cout-bénéfice. Les différents acteurs recherchent le profit absolu[21] le plus élevé et peuvent l'atteindre par le biais de coopérations[22]. Les différentes coopérations et dépendances mutuelles permettent non seulement d'améliorer le profit absolu des différents acteurs mais aussi d'empêcher des conflits armés par la perte de gain qui leur succèderait[23].

C'est avant tout sur cette base que se sont créées les institutions internationales et, en particulier, l'Union Européenne. C'est aussi par cette approche que la logique d'association évoquée par Primakov peut être la mieux comprise. La Russie et la plupart des membres de l'Union européenne sont représentés au sein de mêmes institutions internationales. Au niveau de l'Europe ils font partie notamment du Conseil de l'Europe et de l'Organisation pour la sécurité et la coopération en Europe (OSCE). Au niveau mondial ils font partie de l'Organisation des Nations Unies (ONU) et de la majorité des organisations qui lui sont associées (UNESCO, OMC, FMI etc.) Ils ont aussi signé de nombreux traités et de conventions internationaux ensemble (par ex. la Convention européenne des droits de l'homme en 1950 (Conseil de l'Europe), Traité sur la non-prolifération des armes nucléaires en 1968 (ONU), Charte de Paris pour une nouvelle Europe en 1990 (OSCE) etc.). La Russie comme certains membres de l'Union Européenne (et l'UE elle-même) font partie du G20[24]. Elle faisait aussi

---

19 Un régime international ne doit pas être confondu avec un régime politique au sein d'un état. Il s'agit de « principes, de normes, de règles et de procédures de prise de décision, implicites ou explicites, autour desquels convergent les attentes des acteurs dans un domaine donné des relations internationales » (S. Krasner, *Structural Causes and Regime Consequences: Regimes as Intervening Variables* in « International Organization», 1982, vol. 36, n° 2, p. 185-205. Traduction par Jean-Frédéric Morin, « Les régimes internationaux de l'environnement», CERISCOPE Environnement, 2014, http://ceriscope.sciences-po.fr/environnement/content/part3/les-regimes-internationaux-de-l-environnement [consulté le 22/07/2018]. Article détaillé dans Wichard Woyke, *Handwörterbuch Internationale Politik*. *op. cit.* p.281-284 et 288

20 Wichard Woyke, *Handwörterbuch Internationale Politik*. *op. cit.* p.473-504; Andreas Vierecke, et al., *Dtv-Atlas - Politik*. *op. cit.* p.182-183

21 Le profit absolu n'est pas égal au profit relatif par rapport à un autre acteur, étudié notamment dans l'approche néoréaliste. Le profit n'est pas toujours économique mais peut aussi être sécuritaire Wichard Woyke, *Handwörterbuch Internationale Politik*. *op. cit.* p.182-183

22 Contrairement à la conception néoréaliste, la théorie de l'interdépendance complexe, empruntée au néolibéralisme, ne voit pas les négociations entre les différents acteurs des relations internationales comme distributives – c'est-à-dire une ressource limitée qu'il faudrait se partager – mais comme intégrative – un compris trouvé par rapport aux préférences des différents acteurs et créant un accord « gagnant-gagnant ». Valentin Ade, et al., *Mindset-Oriented Negotiation Training (MONT). Teaching More Than Skills and Knowledge* in « Frontiers in psychology », 9 / 2018.

23 Robert O. Keohane; Joseph S. Nye, Jr., *Power and Interdependence revisited* in « International Organization » n°04, 41 / 198729-733

24 Le groupe des vingt regroupe les vingt pays les plus riches de la planète dans un sommet annuel. En sont membres : l'Afrique du Sud, le Canada, les États-Unis, le Mexique, l'Argentine, le Brésil, la

partie du G8 jusqu'à sa suspension en mars 2014[25]. En se pliant à des règles communes et en s'associant au sein d'organisations internationales, il se créé une première zone d'interdépendance entre les deux parties. Ceci permet à la fois de diminuer les conflits mais aussi d'améliorer les relations entre eux.

La seconde zone d'interdépendance se situe au niveau des échanges économiques. Le volume des échanges économiques entre l'UE et la Russie s'élèvent à 174,3 Milliards d'Euros en 2020. La Russie est le cinquième partenaire économique de l'UE avec 4,8% des échanges et l'UE reste le premier partenaire de la Russie avec 37,3% des échanges totaux réalisés par la Russie en 2020[26]. Les échanges économiques sont toutefois en baisse depuis 2013. En effet, ils représentaient alors environ 10% des échanges totaux de l'EU (3ème partenaire économique après les USA et la Chine). Ce chiffre n'est plus que de 6% en 2016[27]. Cette baisse est conjecturelle : elle est à la fois liée à la baisse des hydrocarbures, au froissement des relations entre la Russie et l'UE qui a pris de l'ampleur depuis 2014 ainsi qu'à la crise économique liée au COVID-19. Toutefois cette situation s'installe dans la durée et les échanges économiques ne repartent pas à la hausse. La Chine semble combler cette lacune.

L'interdépendance est la plus forte dans le secteur énergétique. La plupart des membres de l'Union Européenne – et notamment l'Allemagne[28] – sont dépendants du gaz naturel provenant de Russie[29]. 30% du pétrole importé en Union Européenne provient de la Russie en 2020[30]. Mais la réciproque est aussi vraie : la fédération de Russie est dépendante de ses principaux clients en termes de rentes pétrolières et gazières.

Ces relations d'interdépendances économiques et énergétiques empêchent donc un conflit de s'aggraver au point de rompre totalement les liaisons commerciales entre principaux partenaires. Elles expliquent aussi pourquoi les sanctions économiques de l'UE envers la Russie et réciproquement de la Russie envers l'UE restent sectorielles :

Chine, le Japon, la Corée du Sud, l'Inde, l'Indonésie, l'Arabie saoudite, la Turquie, l'UE, la France, l'Allemagne, l'Italie, le Royaume-Uni, la Russie et l'Australie.

25 Le groupe des huit regroupait l'Allemagne, le Canada, les États-Unis, la France, l'Italie, le Japon, le Royaume-Uni et la Russie ainsi que l'UE. « Au lieu d'un sommet du G8 à Sotchi, une réunion du G7 s'est tenue à Bruxelles les 4 et 5 juin 2014. » European Commission, *Sanctions de l'UE à l'encontre de la Russie concernant la crise en Ukraine*, 2018.

26 European Commission, *Russia - Trade*, 26.05.2021 Les échanges commerciaux entre l'Allemagne et la Russie s'élevaient à 41 Mds de dollars (en 36 Mds d'euros) en 2020, ce qui faisait de l'Allemagne le deuxième partenaire économique de la Russie. La France quant à elle n'arrive qu'en 13ème position avec 13 Mds de dollars (environ 11 Mds d'euros) en 2020

27 eurostat, *Internationaler Warenverkehr im Jahr 2017. Ein Drittel des Handels der EU erfolgte mit den Vereinigten Staaten und China*, 26/03/2018 Le Royaume-Uni faisait alors encore partie de l'Union Européenne.

28 En 2020, 48% du gaz consommé en Allemagne venait de Russie, la France est moins dépendante avec 28% Statista, *Russian gas dependence in Europe by country 2020*, 09.11.2021.

29 Vincent Collen, *L'Europe toujours plus dépendante du gaz russe* in « Les Echos ».

30 Toute l'Europe, *La dépendance énergétique européenne*.

bien qu'ayant des répercussions négatives pour les deux parties[31] (en notamment ayant un impact réel et potentiel[32]), elles ne peuvent se transformer en un embargo complet à cause des pertes immenses que cela entrainerait pour l'UE et la Russie. Cette conception pose aussi la question de l'efficacité des sanctions économiques qui semblent être peu concluante[33].

La troisième zone d'interdépendance se situe au niveau des contacts et des échanges entre les personnes et les cultures. Même si ces échanges sont déjà relativement intenses, ils représentent un énorme potentiel qui reste encore à développer[34]. Cinq indicateurs permettent de montrer la relative intensité de ces échanges. Ils soulignent en même temps un certain déséquilibre entre les deux parties.

1. Tourisme : en 2017 quinze millions de russes sont venus en tant que touristes dans l'UE. Cela représente environ 10% de la population russe et plus du tiers du nombre total de touristes russes partis à l'étranger en 2017. Le nombre de touristes russes a augmenté de 13% par rapport à 2016. Les pays les plus visités au sein de l'UE en 2017 étaient la Finlande, l'Estonie la Pologne et l'Allemagne (1,2 Million de touristes russes en Allemagne), la France n'arrive qu'au 12ème rang avec environ un demi-million de touristes. En revanche, seulement quatre millions d'européens sont allés faire du tourisme en Russie, ce qui représente à peine 1% de la population totale et 17% des touristes en Russie en 2017. Les Finlandais, les Polonais et les Allemands (environ 580 000 allemands) sont de ceux qui ont le plus visité la Russie. 185 000 français se sont rendus en Russie en 2017 ce qui place la France au 8ème rang des pays membres de l'UE venus faire du tourisme en Russie. Le nombre de touristes

---

31 Sabine Fischer, *Sanktionen als Dauerzustand. op. cit.* pp. 3-5

32 Réel : les impacts réels sur l'économie et les relations entre les deux pays. Potentiel : les impacts en prenant en compte le scénario dans lequel les relations se seraient intensifiées.

33 Dans l'Histoire, la plupart des embargos ont été peu efficace. Jonathan Baudoin, *Les embargos sont-ils efficaces?* in « La Tribune ». En terme de ratio : bénéfices (changement de politique de la Russie)/coûts (diminution réelle et potentielle des échanges avec la Russie), l'UE se retrouve dans une situation du « pain without gain » (Łukasz Kulesa; Ivan Timofeev; Joseph Dobbs, *Damage Assessment. EU-Russia relations in crisis*, London, 2017). Les sanctions économiques ont tendance à galvaniser la population russe autour de leurs dirigeants et donc les éloigner de l'UE. (Sabine Fischer, *Sanktionen als Dauerzustand. op. cit.* p.7). Les sanctions économiques semblent avoir toutefois une efficacité lorsque ses objectifs sont clairs et que les moyens mises en place sont conséquents – comme le cas de l'Iran sur la question du nucléaire. Elles échouent dans 95% lorsque l'objectif est trop ambitieux. Thierry Mariani; Jean-Pierre Dufau, *Rapport d'information. op. cit.*, p. 124.

34 Łukasz Kulesa; Ivan Timofeev; Joseph Dobbs, *Damage Assessment. op. cit.* pp.55-63

européens a chuté de 13% par rapport à 2016[35,36]. La coupe de monde de football en Russie a en revanche fait augmenter le nombre de touristes européens[37].

2. Mobilité étudiante : 34 000 russes sont venus étudier au sein de l'Union européenne en 2017, il s'agit de 60% des Russes en mobilité étudiante. L'Allemagne (18% des étudiants russes en mobilité et 30% des étudiants russes au sein de l'UE), la république Tchèque, l'Angleterre et la France (6,5% des étudiants en mobilité et 11% des étudiants russes au sein de l'UE) sont les principaux pays choisis par les Russes pour leur mobilité étudiante. En revanche, seulement 2 700 européens sont allés étudier en Russie en 2017. Il ne s'agit que de 1% des étudiants étrangers en Russie, qui est par ailleurs le 6ème pays accueillant le plus d'étudiants étrangers au monde après la France et l'Allemagne[38]. Ces échanges et le crédit leur étant accordés (notamment par Erasmus+) a augmenté malgré les sanctions[39].

3. Échanges culturels : d'après le traité sur le fonctionnement de l'Union Européenne, cette dernière n'a qu'une compétence de soutien pour ce qui concerne l'action culturelle de ses États membres.[40] Il en va de même pour les échanges culturels en dehors de l'UE : elle a créé pour cela une plateforme de coopération, nommée EUNIC (European Union National Institutes for Culture), afin de lier entre eux les instituts culturels et les politiques culturelles étrangère des différents États membres. 19 pays de l'UE sont ainsi représentés au sein de l'EUNIC en Russie et dans deux « clusters » différents à Saint-Pétersbourg et à Moscou.[41] Les échanges culturels franco-russe et germano-russe feront l'objet d'une recherche détaillée dans la deuxième partie du doctorat. Par ailleurs la Russie possède des centres

---

35 Федеральное Агентство По Туризму, *Количество поездок граждан иностранных государств с целью туризма на территорию РФ за 2017 год*, 2018.

36 Il semble toutefois difficile de prédire si le nombre de touristes russes dans l'UE va continuer d'augmenter et si le nombre de touristes européens (c.à.d. des pays membres de l'UE) va continuer de diminuer. Premièrement les données récoltées ne concernent que deux années et deuxièmement, dans le cas de la diminution du nombre de touristes européens, il peut s'agir d'une conjoncture liée aux tensions politiques actuelles entre les deux entités. La libéralisation des visas, dont le processus s'est stoppé depuis les sanctions, permettrait de libérer un potentiel considérable en matière de tourisme. Łukasz Kulesa; Ivan Timofeev; Joseph Dobbs, *Damage Assessment. op. cit.* pp.55-64

37 L'agence fédérale de tourisme en Russie a compté 3,4 milions de touristes étrangers supplémentaires dont 8% des États-Unis et 5% d'Allemagne. Федеральное Агентство По Туризму, *Чемпионат мира по футболу FIFA 2018*, 30/03/2020.

38 Erasmus+. *Statistical annex : enriching lives, opening minds*, [Luxembourg], [Publications Office]. UNESCO, *Global Flow of Tertiary-Level Students*, 2018. Федеральная служба государственной статистики (Росдата), *Российский статистический ежегодник 2017*, Москва, 2017 Béatrice Khaiat, *Chiffres clés*, Paris, Avril 2018

39 Łukasz Kulesa; Ivan Timofeev; Joseph Dobbs, *Damage Assessment. op. cit.*

40 Union Européenne, *Traité sur le fonctionnement de l'Union Européenne*, 26/10/2012. Titre 1, Article 6.

41 Edward de Lumley, conseiller-adjoint de coopération et d'action culturelle de l'Ambassade de France en Russie, parle de liens culturels à préserver entre l'Europe et la Russie, plus particulièrement avec la France qui a des liens « privilégiés » avec la Russie. RBTH; Olessia Khantsevitch, *Russie, France : « des liens culturels privilégiés à préserver »* in « Russia beyond the Headlines ».

scientifiques et culturels, issus de l'agence fédérale de coopération « Россотрудничество », dans 18 (soit environ 2/3) des pays membres de l'Union[42]. Les relations culturelles entre les deux entités restent donc denses et intenses malgré la situation politique tourmentée[43].

4. Dialogue des sociétés civiles : L'Allemagne et la Russie, ainsi que la France et la Russie ont développé des forums d'échanges entre leurs sociétés civiles respectives (« Petersburger Dialog » côté germano-russe et le « dialogue de Trianon » côté franco-russe). Le dialogue des sociétés civiles, bien que plein de promesses, reste encore embryonnaire entre la France et la Russie[44]. Celui de l'Allemagne et de la Russie, en place depuis 2001, connait des difficultés depuis la crise ukrainienne et son changement de directeur en 2015[45]. L'Union Européenne et la Russie ont aussi développé leur forum en 2011[46].

5. Migration : Un autre indicateur, mais dont les chiffres varient fortement selon les sources, est celui de la diaspora russe présente au sein de l'Union Européenne et celle des européens vivant en Russie. Selon les sources, 1,6 million[47] à 3 millions[48] de russes vivraient dans l'UE. Ce chiffre est encore plus élevé en ajoutant les Russes allemands ayant immigrés en Allemagne dans les années 90 (en allemand : Spätaussiedler) et qui serait de l'ordre de 2,4 millions[49]. En revanche, selon le service de migration fédérale de la Russie, environ 800 000 européens vivraient dans le pays. À cela s'ajoute les vagues de migration historiques qui ont marqué notamment les relations germano-russes lors de l'émigration des Allemands vers la Volga et l'Ukraine et le Caucase sous le règne de Catherine la grande (1762-1796) et les relations entre la Russie et la France (mais aussi d'autres pays d'Europe) lors de l'émigration blanche en 1917.

Il est difficile de mesurer l'impact des échanges humains et culturels entre la Russie et l'Union Européenne mais il est possible d'estimer qu'ils contribuent à créer des liens

---

42 *Численность русских (русскоязычных), проживающих в странах ЕС, и центры Россотрудничества.*

43 Łukasz Kulesa; Ivan Timofeev; Joseph Dobbs, *Damage Assessment. op. cit.*, p. 55–64.

44 Il a été proposé par le président français Emmanuel Macron et son homologue russe Vladimir Poutine le 29 mai 2017 à l'issue de leur rencontre à Versailles.

45 «Nur hat sich daran wenig geändert, als Russland den Krieg gegen Georgien im Jahr 2008 begann. Und selbst als die Krim annektiert und der Krieg im Osten der Ukraine von Russland initiiert wurde, konnten die Teilnehmer des Petersburger Dialogs nicht verstehen, weshalb ihre Veranstaltung unangebracht wirken kann.» Steffen Dobbert, *Petersburger Dialog. Lobbyist Pofalla in Putins Diensten* in « ZEIT ONLINE ».

46 COMM/DG/UNIT, *EEAS - European External Action Service - European Commission*, 22/08/2018.

47 Joshua Project, *Russian | Joshua Project*.

48 Численность русских (русскоязычных), проживающих в странах ЕС, и центры Россотрудничества, https://obivatel007.livejournal.com/152367.html, 22/08/2018.

49 Bundeszentrale für politische Bildung, *Zuzug von (Spät-)Aussiedlern und ihren Familienangehörigen | bpb*, 1.4.2018.

entre les individus de différentes nations. Ces échanges forment une interdépendance émotionnelle nécessaire à la diminution des conflits. En effet, on peut faire la guerre à son voisin, mais on ne souhaite que rarement faire la guerre à son ami. La présente thèse se basera avant tout sur ce genre d'échange entre l'Allemagne et la Russie ainsi qu'entre la France et la Russie comme solution à la situation conflictuelle entre l'UE et la Russie. Toutefois, il ne va pas sans dire que la pandémie liée au COVID-19 a freiné, voire stoppé ces échanges humains et culturels. À ce jour, la reprise de ces derniers n'est pas encore amorcée.

L'approche de l'interdépendance complexe décrit une conception théorique où l'interdépendance entre les différents États et autres acteurs des relations internationales serait la norme. Elle pointe les effets bénéfiques d'une interdépendance équilibrée permettant 1) de réduire les conflits par peur des pertes réelles et potentielles causées par celui-ci et 2) d'optimiser les gains des différents acteurs. Plus le réseau d'interdépendance d'un acteur est important plus élevé est son rang sur la scène internationale. Dans le cas d'une dépendance déséquilibrée un acteur a l'ascendant sur l'autre et exerce donc plus de pouvoir. Les relations entre l'Union européenne et la Russie connaissent certains déséquilibres : les disparités des échanges humains et culturels entre l'UE et la Russie montrent, malgré un certain intérêt, une méconnaissance de la Russie de la part des citoyens européens tandis que la dépendance aux échanges commerciaux penche plus en faveur de l'UE malgré la forte dépendance de ses États membres au gaz russe. Elles restent cependant intenses et une rupture des relations serait fatale pour les deux parties.

En suivant la logique de cette conception, plus un État s'isole ou est isolé plus il perd les bénéfices (notamment sécuritaires et économiques) liés à l'interdépendance et donc diminue son rang international. Mais par son isolement les risques de pertes en cas de conflit sont minimisés. Il a donc plus de chance de devenir plus agressif. Les exemples de l'Iran et de la Corée du Nord isolées de la scène internationale et qui ont toutefois poursuivi leur programme atomique à des fins militaires illustrent ce propos. Chercher à réduire l'interdépendance entre l'UE et la Russie n'est donc pas la solution, puisque cela augmente les risques d'un conflit[50].

[50] L'économiste John Maynard Keynes déclarait dans son ouvrage publié au lendemain de la Première Guerre mondiale que seulement avec une Allemagne politiquement et économiquement stable et forte l'Europe pourrait se remettre de la guerre. Or l'Allemagne, dévastée économiquement et instable politiquement, est devenue une menace pour l'Europe toute entière dans les années 30. (John M. Keynes, *The Economic Consequences of the Peace*, Newburyport, Dover Publications, 2013 [1st ed. 1919]) Ainsi le même schéma peut s'appliquer de nos jours dans le cas de la Russie: La sécurité et la prospérité de l'Europe ne peut se réaliser qu'avec une Russie forte économiquement et stable politiquement. Affaiblie, la Russie peut devenir une menace pour l'Europe.

2.3. TROUVER DES SOLUTIONS AU CONFLIT PAR L'APPROCHE CONSTRUCTIVISTE

Contrairement aux deux premières approches dites « rationalistes », la conception constructiviste soutient l'idée que la réalité est socialement construite et qu'elle n'existe pas en tant que telle[51]. Ainsi l'architecture des relations internationales, l'identité de ses acteurs (voire la perception de leur puissance[52]) ou bien les intérêts nationaux sont des constructions sociales : ils sont le fruit des interactions entre les hommes et de leur interprétation du monde matériel. Ceci renvoie à l'idée de *représentations du monde*[53], un modèle d'interprétation et de comportement pour des actions futures.

En opposition à l'approche néolibérale, se basant sur l'*homo œconomicus* (voir le chapitre précédant), la conception constructiviste se fonde sur l'*homo sociologicus* dont les décisions se basent les expériences personnelles, les valeurs et son appartenance à certaines institutions[54]. Pour les constructivistes, les acteurs principaux des relations internationales sont les individus porteurs de décisions pour les institutions qu'ils représentent. C'est par les normes auxquelles l'institution s'est formellement pliée et leurs propres représentations du monde qu'ils vont définir la politique extérieure de l'organisation (qu'il s'agisse d'un État, d'une organisation internationale, d'une ONG etc.) qu'ils font valoir.

L'analyse des relations internationales par la méthode constructiviste se base avant tout sur les normes explicitement défendues par les acteurs et parfois signées et ratifiées par des traités internationaux[55]. Pourtant, sans prendre en compte les normes implicites[56], parfois inconsciemment partagées par les différents acteurs, une telle analyse serait incomplète : l'un et l'autre aspect de l'analyse sont complémentaires[57].

---

51 Kurt-Jürgen Maaß, *Kultur und Außenpolitik. Handbuch für Wissenschaft und Praxis*, 3., vollst. überarb. und erw. Aufl., Nomos, Baden-Baden 2015, p. 40.

52 « La progression du poids des perceptions (externes et internes) des capacités combinées des États suggère un nouveau débat sur la relation entre capacités physiques et capacités immatérielles d'un État. On l'a dit : la notion de puissance, en matière internationale, relève plus de la subjectivité que de la norme. » Timofei V. Bordachev, *Les relations UE-Russie à l'ère du jeu à somme nulle*. *op. cit.*, p. 169.

53 Cette notion sera étudiée en profondeur dans la partie théorique de la thèse.

54 Une autre interprétation de l'homo *sociologicus* est celui du jeu de rôle. Un individu joue plusieurs rôles dans sa vie sociale (par ex. père de famille, professeur, président d'association etc.) qui font appel à des comportements normées. Dans le cas des relations internationales, un acteur est censé jouer son rôle de *virtù* dans la logique machiavélienne et remporter des succès à court terme à chaque *occasione*. Mais en changeant ses représentations du monde il peut s'extirper de cette logique et trouver une vision à long terme.

55 Kurt-Jürgen Maaß, *Kultur und Außenpolitik*. *op. cit.*, p. 55–58.

56 Isabelle Pariente-Butterlin, *La dimension implicite de la norme* in « Multitudes » n°3, 34 / 2008.

57 Hélène Carrère d'Encausse écrivait dans un article du Figaro « Il ne faut pas juger le pouvoir autoritaire de Poutine à l'aune de nos seuls critères » (Hélène Carrère d'Encausse, *Il ne faut pas juger le pouvoir autoritaire de Poutine à l'aune de nos seuls critères* in « Figaro » n°22891, 2018 /) A cela rétorque Michael Georg Link, ancien directeur de l'OCDE, que nous jugeons la Russie par rapport aux « standards » qu'elle a elle-même signés/"Wir messen Russland nicht an unseren Standards, sondern an denen, die das Land selbst unterschrieben hat." (Paul Katzenberger, *"Das Problem sind nicht die Wahlfälschungen"* in « Süddeutsche Zeitung ») Or, dans le premier cas

Dans le cas des relations entre la Russie et l'Union Européenne et d'après la conception constructiviste, les logiques des différents acteurs présentées plus haut et analysées par la méthode constructiviste, ne sont pas liées au déterminisme de la conjecture ou de la géographie[58] qui se résumerait à un conflit inéluctable (approche néoréaliste) ou à une interdépendance, voire une intégration inévitable[59] (approche de l'interdépendance complexe). Elles sont des constructions nées des *représentations du monde* des différents acteurs dans les relations entre l'UE et la Russie.

Par déduction, l'approche constructiviste ne propose pas de trouver des solutions au sein des logiques existantes à dominance néoréalistes, mais de transformer les logiques elles-mêmes en modifiant les *représentations du monde* des différents acteurs. C'est cette solution qui sera privilégiée et détaillée dans cette thèse. Cette dernière passe par l'utilisation du « troisième pilier de la politique extérieure » – pour reprendre l'expression de l'ancien chancelier allemand Willy Brant – l'action culturelle[60]. S'il s'avère que les raisons du conflit sont en réalité culturelles, puisque nées de re*présentations du monde* différentes, c'est par la culture que l'Union européenne et la Russie trouveront une issue à leurs différends.

> « S'il se confirme que le rapport au monde est la clé de la situation intérieure, le meilleur service que les Européens puissent offrir à la société civile russe et à ses acteurs les plus clairvoyants est de favoriser l'ouverture sous toutes ses formes, par les échanges économiques et technologiques, mais également et surtout éducatifs et culturels, en direction des générations qui finiront par prendre la relève avec une connaissance plus exacte d'un monde extérieur qui ne sera plus jugé hostile. »[61]

La réciproque est aussi valable pour les Russes envers les citoyens de l'Union Européenne : une meilleure connaissance de la Russie par le biais d'échanges et d'expériences vécues permettrait de montrer un pays peut-être moins menaçant qu'il ne l'est parfois présenté.

Hélène Carrère d'Encausse omet les normes explicites et signées par la Russie et dans l'autre cas Michael Georg Link ne prend pas en compte les normes implicites.

58 Benn Steil, *Russia's Clash With the West Is About Geography, Not Ideology* in « Foreign Policy » 2018.

59 Andreas Umland, *Preparing for and working towards a democratic Russia*. *op. cit.*

60 Rudolf W. Leonhardt, *Wer errichtet die Säule Kulturpolitik?* in « ZEIT Archiv » n°Ausgabe 13, 28. März /.

61 Michel Foucher, *L'Europe et l'avenir du monde*. *op. cit.*, p. 80

3. ENJEU, STRUCTURE ET MÉTHODES DE LA THÈSE

3.1. ENJEU, BUTS ET STRATÉGIES

Carl von Clausewitz expliquait dans son livre *De la guerre* que l'objet, ou l'enjeu (der Zweck) de la guerre était ce que l'on voulait atteindre *par* la guerre, que les buts ou objectifs (Die Ziele) étaient ce que l'on voulait attendre *dans* la guerre et que les moyens ou la stratégie (die Mittel) étaient ce comment on voulait atteindre les objectifs et donc l'enjeu[1]. Il déclarait aussi que « la guerre n'est qu'un prolongement de la politique par d'autres moyens » [2]. En effet ce découpage entre *Zweck*, *Ziel* et *Mittel* est aussi valable pour d'autres politiques (économiques, sociales, sanitaires, culturelles). Parfois, seuls les moyens changent mais l'enjeu reste le même.

L'introduction de cette thèse nous a conduit à l'enjeu principale d'une politique culturelle allemande et française : la réalisation d'un partenariat durable entre l'Union Européenne, où l'Allemagne et la France jouent un rôle majeur, et la Russie dans un monde multipolaire. Cet enjeu est conforté aussi bien par l'approche néoréaliste (*balance of power*) que par l'approche néolibérale (interdépendance complexe) dans les relations internationales.

L'introduction nous amène aussi à la question principale de cette thèse qui est de savoir comment assurer un partenariat durable entre la Russie et l'Union Européenne. Seul l'approche constructiviste semble offrir une piste pour répondre à cette question : l'objectif d'une politique culturelle de l'Allemagne et de la France en Russie est de changer les logiques des différents acteurs, qu'ils soient Européens ou Russes afin de concilier les deux parties.

Ainsi la présente thèse se penchera avant tout sur les moyens existants ou à mettre en place pour l'action culturelle de l'Allemagne et la France en Russie. Elle part de l'hypothèse que la culture permet de changer les logiques, c'est à dire les représentations du monde, des différents acteurs (objectif) et permet ainsi d'assurer un partenariat durable entre la Russie et l'Union Européenne (enjeu). Reste à savoir comment y arrive-t-elle ou comment peut-elle y arriver (moyens) ?

---

1 Carl v. Clausewitz, *Vom Kriege*, Hamburg, Nikol, 4ème éd., 2012, 1. éd. 1832.
2 *Ibid.*

3.2. STRUCTURE ET MÉTHODES

Le questionnement sur les moyens ou stratégies (Mittel) des politiques culturelles de l'Allemagne et de la France en Russie conduit à un raisonnement en trois étapes :

Dans un premier temps ce travail s'attèle à la recherche d'une approche théorique à la politique culturelle de la France et de l'Allemagne en Russie. Celle-ci s'appuie sur une critique du concept de *soft power,* énoncé par le politiste américain Joseph Nye, notamment sur son côté unilatéral et non-spécifique. L'approche développée dans la partie théorique de cette thèse se base sur l'adaptation aux différentes représentations du monde (de la France, de l'Allemagne et de la Russie) par le dialogue interculturel au sein d'évènements culturels et artistique. Elle cible notamment les classes créatives allemande, française et russe.

Dans un second temps il s'agit de confronter cette approche à la réalité des politiques culturelles de la France et de l'Allemagne en Russie par le biais de recherches sur place de leurs institutions culturelles respectives. Cette étude se déroule en deux étapes : tout d'abord par une analyse des évènements culturels et artistiques proposés par les instituts culturels de l'Allemagne et de la France en Russie. Celle-ci consiste en des observations de ces évènements, en une enquête iconographique des représentations du pays par les participants et en des entretiens avec les intervenants artistiques de ces évènements. Il s'agit de connaitre les effets des évènements culturels et artistiques sur le public et les intervenants. La seconde étape est une analyse des acteurs des politiques culturelles de la France et de l'Allemagne en Russie par un état des lieux des institutions culturelles présentent dans le pays et par le biais d'entretiens avec les représentants de ces institutions. Il s'agit de connaitre les stratégies des acteurs, leurs difficultés à les mettre en place ainsi que les modalités de coopération avec les acteurs locaux et européens.

Enfin, la conclusion de cette thèse sert de synthèse entre l'approche développée dans la partie théorique et les résultats obtenus dans la partie empirique. Elle permet d'ouvrir la voie à des recommandations pour les politiques culturelles de l'Allemagne et de la France en Russie dans de prochains articles scientifiques.

4. REMERCIEMENTS

Un grand merci à Stefan Garsztecki, Philippe Lane et Matthias Theodor Vogt, mes directeurs de cette thèse, pour leur intérêt et leur soutien, leur grande disponibilité et leurs nombreux conseils durant la réalisation de la thèse.

Ce travail n'aurait pas été possible sans le soutien financier de la Fondation de l'économie allemande et l'université franco-allemande ainsi que sans le soutien logistique du Centre d'études franco-russe, de l'École des hautes études en sciences économiques à Moscou et du centre de recherche sociale indépendante à Irkoutsk.

Merci à Loïc et Françoise Houguet, mes parents pour leur soutien et particulièrement à ma maman qui a accompli un travail formidable de transcription et de corrections.

Je remercie aussi particulièrement Alina Egorova, ma compagne, qui m'a soutenu du début jusqu'à la fin et avec qui la vie a été plus douce. Спасибо большое моя любовь!

Merci à Marie-Claire Hubert, Axel Millet et Arnold Paulsen pour leurs corrections et à Artëm Nebesenko pour ses transcriptions en russe.

Je remercie chaque personne ayant accepté d'être interviewée et à chaque dessinateur/dessinatrice sans qui je n'aurais pu réaliser ce doctorat.

Enfin, un grand merci à toutes les personnes qui m'ont prodigué des conseils très précieux lors de la réalisation de cette thèse et À tous ceux qui m'ont soutenu de près comme de loin. Si la liste est trop longue pour être affichée sachez que j'ai une pensée pour chacun d'entre vous.

5. DEUTSCHE ZUSAMMENFASSUNG

DIE KULTURDIPLOMATIE DEUTSCHLANDS UND FRANKREICHS IN RUSSLAND.

Zwischen Soft-Power- und Anpassungsansatz.

Die Beziehungen zwischen Russland, auf der einen Seite, und Frankreich und Deutschland, als Motor der Europäischen Union, auf der anderen Seite, befinden sich in einer Phase der Spannungen, insbesondere seit der Ukraine-Krise im Jahr 2013. Diese Spannungen sind vor allem durch die unterschiedlichen Vorstellungswelten zwischen den beiden Seiten entstanden, was zu Meinungsverschiedenheiten und gegenseitigem Missverständnis führte. Die Natur dieser Spannungen ist daher vorwiegend kulturell bedingt[1]. Aber kann Kultur – von Willy Brandt als *dritte Säule der Außenpolitik* bezeichnet[2] – die beiden Seiten nicht versöhnen, indem sie den Zugang zu den jeweiligen Vorstellungswelten erleichtert, um eine dauerhafte Partnerschaft zwischen Russland und der Europäischen Union in einer multipolaren Welt zu gewährleisten?

Das Ziel meiner Doktorarbeit ist es, zuerst, einen theoretischen Ansatz für die Kulturpolitik von Frankreich und Deutschland in Russland zu finden. Dieser stützt sich auf eine Kritik am vom amerikanischen Politikwissenschaftler Joseph Nye entwickelten *Soft-Power*-Konzept, insbesondere auf dessen einseitigen und unspezifischen Charakter. Bedeutet dessen Hauptbotschaft „to get other countries to want what we want“[3], dass andere Kulturen mangelhaft und Korrekturen benötigen und ihnen seine eigenen Normen zu einverleiben sollte? Der Ansatz, der ich im theoretischen Teil meiner Dissertation erarbeitet wurde, basiert auf der Anpassung der verschiedenen Vorstellungswelten durch den interkulturellen Dialog zwischen den deutschen, französischen und russischen Kreativklassen. Er stützt sich dabei auf die von Matthias Theodor Vogt erarbeitete *Theorie der Kulturaneignung*, die ein gegenseitiges proaktives Kennenlernen durch Kulturveranstaltungen vorschlägt. Der Anpassungsansatz beinhaltet jedoch weitaus mehr als nur die Aneignungen von anderen kollektiven Vorstellungen bzw. *Vorstellungswelten*, die individuelle Welten verbinden. Ein gegenseitiger Austausch zwischen den Kreativklassen[4] der jeweiligen Länder kann zum Schaffen neuer, eigenartiger und gemeinsamer Kulturreferenzen

---

1 Cyrille Bret; Florent Parmentier, UE - Russie. Dépasser les rivalités ? in « Policy Paper », 170 / 2016.
2 Rudolf W. Leonhardt, *Wer errichtet die Säule Kulturpolitik? op. cit.*
3 Joseph S. Nye, Jr., Soft Power in « Foreign Policy », N°80 / 1990.
4 Richard L. Florida, *The rise of the creative class*, New York, N.Y., Basic Books, 2012.

zum Nutzen jeder Gesellschaft führen. Eine gelungene Kulturdiplomatie soll demnach den interkulturellen Dialog zwischen Kulturschaffenden in den Vordergrund stellen.

Ich vergleiche daraufhin diesen Ansatz mit der Realität der französischen und deutschen Kulturpolitik in Russland durch Feldstudien bei den dort ansässigen Kulturinstituten. Träger der Kulturdiplomatie Deutschlands und Frankreichs sind nämlich ihre nationalen Kulturinstitute u.a. das Goethe-Institut und seine Kooperationspartner auf deutscher Seite sowie das Institut Français und die Alliances Françaises auf französischer Seite. Sie werden nicht von Paris und Berlin ferngesteuert, sondern bilden in Russland ein dichtes Netzwerk und arbeiten mit lokalen Strukturen bei der Durchführung vielfältiger Kulturveranstaltung zusammen. Sie arbeiten außerdem mit anderen europäischen Kulturinstituten. Dabei ist die deutsch-französische Zusammenarbeit dynamischer als die europäischen Strukturen, die nur langsam vorangehen. Der deutsch-französische Motor ist hier also gefragt, um die Grundlage einer europäischen Kulturdiplomatie zu strukturieren.

Es geht in meinen Recherchen nicht darum, quantitativ die Aktivitäten dieser Kulturinstitute zu messen, sondern qualitativ und quantitativ die Auswirkungen etwaiger Kulturveranstaltungen auf das Publikum und die Kulturschaffende zu ermitteln. Dies stellt in den Forschungen über Kulturdiplomatie ein Desiderat dar[5]. In dem empirischen Teil meiner Doktorarbeit beobachte ich zuerst die von den Kulturinstituten Deutschlands und Frankreichs koproduzierten Kulturveranstaltungen in Russland, ihre Merkmale, ihr Publikum und die Eindrücke, die dabei gewonnen werden. Durch eine innovative bildliche Feldforschung [6] untersuche ich danach inwieweit diese Kulturveranstaltungen das Deutschland- bzw. Frankreichbild des Publikums prägen. Ich analysiere dazu Interviews von Künstler*innen aus Deutschland, Frankreich und Russland über ihre Zusammenarbeit mit Kulturinstituten und deren Auswirkungen auf ihre Lebensläufe, künstlerische Performances und Vorstellungswelten. Letztendlich, um den Entstehungsprozess von Kulturveranstaltungen zu verstehen, ist es notwendig, die Akteure der deutschen und französischen auswärtigen Politik in Russland miteinzubeziehen.

Die Ergebnisse des empirischen Teils zeigen, dass Kulturveranstaltungen tatsächlich in der Lage sind, die Vorstellungswelten der Kulturschaffenden sowie ihre Lebensläufe und ihre Performances zu bereichern. Allerdings sind die Kulturinstitute nur indirekt an diesem Prozess beteiligt, indem sie Begegnungen zwischen europäischen und russischen Kulturschaffenden fördern. Dieser Austausch kann nämlich zu gemeinsamen künstlerischen Schöpfungen führen. Die Besucher*innen

5 Anna Velikaya, Russia's public diplomacy, New York NY, Springer Berlin Heidelberg, 2019.
6 Mehr über die Methode in Adrien Houguet, Perceptions de l'Allemagne, de la France et de la Russie à travers le regard de l'autre. Résultats de l'analyse quantitative de dessins sur les représentations de sa « propre » société et des sociétés « étrangères », 2020, p. 9–13

dieser Kulturveranstaltungen können sowohl einen erlebnisvollen Moment genießen als auch über gesellschaftliche Themen nachdenken. Allerdings wird das Bild, das sie vom Land haben, nicht dadurch verändert. Es ändert sich nur langfristig und erfordert andere Einflussfaktoren als eine Teilnahme an die von den Kulturinstituten koproduzierten Kulturveranstaltungen. Es zeigt also, dass das bloße Proträtieren eines Landes, um sein Bild zu verändern – was als *nation branding* bezeichnet werden kann[7] – in der Regel nicht zielführend ist. Die Der Austausch – den ich in meinen theoretischen Ansatz *interkultureller Dialog* genannt habe – bergen dagegen viel mehr Vorteile für die Biografie der Betroffenen. Es bestätigt also den Anpassungsansatz, der im theoretischen Teil ersucht wurde.

Allerdings tendiert Frankreich eher für einen auf kulturelle Promotion basierten Ansatz für seine auswärtige Kulturpolitik in Russland. Hingegen fördert der deutschen Seite fördern die kulturpolitischen Akteure eher einen Kooperationsansatz auf kultureller Ebene. Diese Unterschiede sind insbesondere auf interne Strukturen zurückzuführen: Wegen der Zentralisierung seiner auswärtigen kulturpolitischen Aktivitäten rund um die Botschaft und das Außenministerium Frankreich neigt eher dazu, die Kultur als Verlängerung seiner diplomatischen Vertretung im Ausland zu nutzen. Die autonomeren Mittlerorganisationen in Deutschland ermöglichen es, sich teilweise vom nationalen Rahmen zu lösen, um die interkulturelle Zusammenarbeit besser zu gestalten. Die umfangreicheren finanziellen Mittel Deutschlands für seine Kulturpolitik in Russland bieten seinen Kulturinstituten ebenfalls einen größeren Handlungsspielraum als den französischen.

Letztendlich weisen die Akteure der auswärtigen Kulturpolitik Deutschlands und Frankreichs in Russland darauf hin, dass die politische Situation angespannt ist und die Kultur grundsächlich nicht viel daran ändern kann. Für das Veranstalten einiger Kulturevents treffen Kulturinstitute sogar auf einige administrative Hindernisse politischer Natur auf lokaler Ebene. Die Kanäle des Kulturaustauschs sollen aber erhalten bleiben: sie ändern zwar nicht das Verhalten eines Landes, wie Joseph Nye bei seinem Soft-Power Konzept vermutete, aber können das Leben von tausenden Kulturschaffenden aus Deutschland, Frankreich und Russland ändern. Daraus resultieren viele (kreative) Stimmen für einen Appell zur Versöhnung zwischen Russland und der Europäischen Union. Nun stellt sich die Frage, ob er auf politischer Ebene Anklang findet.

---

7 Simon Anholt, Deutschland von außen. Marke Rechtschaffenheit in « Zeitschrift für KulturAustausch » n°3/4 2005

I. Partie théorique

Du soft power

À l'approche d'accommodation aux différentes représentations du monde par le dialogue interculturel entre classes créatives

Pour l'action culturelle de l'Allemagne et de la France en Russie

0. INTRODUCTION À LA PARTIE THÉORIQUE

Dans l'introduction générale, l'approche constructiviste a été privilégiée afin de trouver une solution aux tensions actuelles entre la Russie et l'Union Européenne, dans laquelle l'Allemagne et la France jouent un rôle majeur. Elle part du principe que les logiques poursuivies par les États au sein des relations internationales sont construites en fonction de leurs *représentations du monde*. Ainsi, si les logiques des différents acteurs sont conflictuelles et sources de tensions, c'est en changeant les logiques elles-mêmes qu'une véritable coopération sera possible.

Changer les logiques est l'idée principale du concept de *soft power*. Selon son auteur, Joseph Nye, il se définit par la capacité d'un acteur des relations internationales à « faire en sorte que les autres [acteurs] veulent ce qu'il veut »[1] créant ainsi une convergence entre les aspirations de cet acteur avec les autres en sa faveur. Développé dans le cadre des relations internationales, le concept crée une émulation entre la communauté scientifique, où se greffent par la suite d'autres notions qui lui sont associées. Il influence aussi considérablement la conception des politiques extérieures de nombreux pays qui se dotent ainsi de nouveaux instruments afin de réaliser les objectifs du *soft power*. Le cas de l'Allemagne et de la France est brièvement étudié dans cette partie.

Joseph Nye considère que le *soft power* fonctionne par l'attraction qu'un acteur des relations internationales exerce sur les autres. Son concept présente néanmoins des limites : sa manière d'agir est unilatérale et non-spécifique, entrainant non seulement des problèmes d'éthique, liés à la notion de diversité culturelle, mais aussi d'efficacité dans son mode de fonctionnement. C'est d'ailleurs et surtout dans la conception du *soft power* elle-même que le terme affiche le plus d'incohérences, notamment par la confusion entre finalités et objectifs du pouvoir ainsi qu'au niveau de la relativité des valeurs entre les différents acteurs : ce qui est attrayant pour l'un ne l'est pas forcément pour l'autre et vice-versa.

Les limites du concept de *soft power* poussent donc à la recherche d'une nouvelle approche pour la conception d'une politique extérieure qui aurait pour but de changer les logiques des acteurs concernés afin d'assurer un partenariat durable entre ces derniers. Cette approche part de l'idée du *modelage des représentations du monde* (en allemand : Modellierung der Vorstellungswelten) de manière réciproque entre les

[1] « This aspect of power – That is, getting others to want, what you want – might be called indirect or co-optive power behavior. » Joseph S. Nye, Jr., *Soft Power*. *op. cit.*, p. 164.

différents acteurs contenue dans la *théorie de l'appropriation culturelle* (en allemand : Theorie der Kulturaneignung) de Matthias Theodor Vogt[2]. Dans le cas des politiques culturelles de l'Allemagne et de la France en Russie, cette approche cible les *classes créatives* allemande, française et russe dans un *dialogue interculturel*. Elle est ainsi nommée : *accommodation aux différentes représentations du monde par le dialogue interculturel entre classes créatives* ou de manière plus courte : l'approche de l'*accommodation*.

Cette approche ne peut se conduire que sous l'égide d'une *diplomatie culturelle* efficace, cette dernière étant l'instrument des politiques culturelles extérieures d'un pays ou plutôt l'exécutrice des stratégies qu'elles formulent. Elle est aussi appelée *diplomatie publique* puisqu'elle ne cible pas seulement le gouvernement mais aussi la société civile d'un pays. Cette diplomatie repose sur les *instituts culturels* dont un État dispose à l'étranger et qui sont les *opérateurs* en charge de tout le réseau culturel que l'État entretient hors de ses frontières. Concrètement, ces instituts ont des tâches diverses que l'on pourra faire rentrer dans trois catégories : 1) langue et culture, 2) éducation et sciences ainsi que 3) médias et communications[3]. En outre, la première catégorie a deux activités distinctes, il s'agit de l'apprentissage de la langue et de l'animation du réseau culturel. C'est dans la seconde branche d'activités, par le biais des activités culturelles et artistiques des instituts culturels, que se font les échanges entre les classes créatives allemande, française et russe dans le cas des politiques culturelles de l'Allemagne et de la France en Russie.

Nous entamons donc la partie théorique par le concept de *soft power* qui reprend l'idée de « changer les logiques » contenue dans la théorie constructiviste des relations internationales. Nous étudions ensuite ses limites pour nous diriger vers une autre approche, celle de l'*accommodation aux différentes représentations du monde par le dialogue interculturel*. Son analyse comporte quatre parties : 1) l'idée d'*accommodation*, 2) les *représentations du monde*, 3) la *classe créative* et, dans le cas concret des politiques culturelles de l'Allemagne et de la France en Russie, *l'intelligentsia russe* ainsi que 4) le *dialogue interculturel* au sein d'*évènements culturels et artistiques*. En guise de conclusions il nous évoquer les modalités d'une application concrète de l'approche énoncée ci-dessus, tout d'abord en se prononçant sur le rôle des instituts culturels dans la diplomatie culturelle puis sur les effets que leurs activités culturelles et artistiques doivent rechercher.

---

2 Matthias T. Vogt; Erik Fritzsche; Christoph Meißelbach, *Ankommen in der deutschen Lebenswelt. Migranten-Enkulturation und regionale Resilienz in der Einen Welt*, Berlin, BWV Berliner Wissenschafts-Verlag, 2016, p. 119–156.

3 Helmut K. Anheier, *Die Auswärtige Kultur- und Bildungspolitik Deutschlands im internationalen Vergleich*, Berlin, 2017, p. 1.

Dans cette partie nous devons garder en tête la question principale de la thèse qui est de savoir comment assurer un partenariat durable entre la Russie et l'Union Européenne. Ici nous nous efforçons d'y répondre de manière théorique par une déduction rigoureuse en partant de la théorie constructiviste des relations internationales. À l'inverse, dans la partie empirique qui suit, nous nous appuyons sur des observations effectuées dans le cas concret des politiques culturelles de l'Allemagne et de la France en Fédération de Russie. Il nous faut alors procéder de manière inductive pour nous prononcer sur l'effectivité de leur action culturelle en partant des évènements culturels et artistiques programmés par les instituts culturels allemands et français en Russie.

1. CONCEPT(S) DU SOFT POWER

Au tout début des années 90 le politologue américain Joseph Nye introduit un nouveau concept dans l'étude des relations internationales : le *soft power*. Dans son livre *Bound to Lead* il revient sur l'idée que les États-Unis ne seraient pas en déclin malgré la *transition des pouvoirs*[96] de l'Occident vers l'Asie. La clé du succès lors de cette transition serait les facteurs intangibles, tels que la « culture, l'idéologie ou les institutions »[97], ayant la capacité d'*attirer* les différents acteurs des relations internationales. De ce fait, ils permettent d'influencer les décisions de ces derniers en faveur de l'acteur qui profite de ces facteurs. Cette capacité de faire en sorte que « les autres veuillent ce que nous voulons »[98] Joseph Nye l'a nommée soft power.

Cette notion s'oppose au *hard power* ou *command power* qui se base sur la capacité de faire en sorte que « les autres fassent ce que nous voulons »[99] agissant sur le principe de la « carotte » (payements), dont dépend la puissance économique d'un pays, ou/et du « bâton » (menaces), représenté par sa force militaire[100]. La combinaison subtile entre *soft* et *hard power* que Joseph Nye appelle *smart power* est introduite en 2004[101]. Cette notion peut se résumer par la phrase de l'ancien président des États-Unis Theodore Roosevelt « speak softly and carry a big stick, you will go far » emprunté à un proverbe sud-africain[102]. Le *smart power* sera par la suite un concept clé de la politique extérieure des États-Unis sous la présidence de Barack Obama (2008-2016) avec Hillary Clinton en tant que Secrétaire d'État (2009-2013)[103].

Le terme de soft power a reçu une résonance internationale non seulement parmi la communauté scientifique, mais aussi dans la mise en œuvre de la politique extérieure de certains pays. Il nous faut voir dans ce sous-chapitre tout d'abord sur quels fondements théoriques Joseph Nye base le soft power puis les notions dérivées de son concept par sa réception scientifique. Notre étude se penche ensuite sur quelques

---

96 Mentionnée dans (Joseph S. Nye, Jr., *Bound to lead. The changing nature of American power*, New York, 1990, p. 25–48) Cette idée est développée de manière plus précise dans (Joseph S. Nye, Jr., *The future of power*, New York, PublicAffairs, 2011, p. 153–204). La transition des pouvoirs, ou plutôt des ressources de pouvoir, s'explique par la redistribution du partage des ressources économiques et militaires entre les puissances occidentales (États-Unis, Union Européenne) et asiatiques (Chine, Inde, Japon) en faveur de ces derniers.

97 Joseph S. Nye, Jr., *Soft Power. op. cit.*, p. 164.

98 *Ibid.*, p. 164.

99 *Ibid.*, p. 164.

100 Joseph S. Nye, Jr., *The future of power. op. cit.*, p. 16.

101 Joseph S. Nye, Jr., *Soft power. The means to success in world politics*, New York, Public Affairs, 2004a, soft power and policy.

102 N.N., *Gambling and Vice in the State Capital* in « The Brooklyn Daily Eagle », p. 39.

103 Hillary Clinton, *Transcript Of Clinton's Confirmation Hearing*, 13.01.2009.

concepts associés au soft power : la *propagande*, la *diplomatie publique*, le *nation branding*. Nous les expliquons non pas dans le but de chercher à les différentier entre eux, mais, au contraire, à montrer qu'ils désignent un phénomène commun. Enfin nous analysons brièvement la réception du concept dans le cas des politiques culturelles extérieures de l'Allemagne, de la France et de la Russie.

Dans le chapitre suivant il est démontré que le concept n'est pas sans critique. Notre étude porte ainsi sur ses limites, tant au niveau conceptuel et pratique qu'en termes d'éthique et débouche sur une nouvelle approche pouvant s'inscrire dans le cadre des politiques culturelles extérieures de l'Allemagne et de la France en Russie. Si le premier chapitre présente une liste des concepts qui gravitent autour du soft power, le second s'attarde plus sur le concept en lui-même.

1.1. RÉCEPTION DU CONCEPT DE SOFT POWER PAR LA COMMUNAUTÉ SCIENTIFIQUE INTERNATIONALE

1.1.1. Antécédents

Avant de parler de la réception du concept de *soft power*, peut-être faut-il replacer la notion de pouvoir (*power*) dans la tradition anglo-saxonne de la discipline des sciences politiques d'après-guerre, sur laquelle Joseph Nye s'est appuyé pour la création de son concept. En effet, le pouvoir y est considéré soit comme *ressources*, soit comme *relation*[104]. Observé en tant que ressources, le pouvoir fonctionne comme un capital. Il a un passif, représentant l'origine des ressources accumulées, nécessaires aux objectifs de puissance, qui sera converti en actif, représentant la manière dont les ressources ont été dépensées afin d'obtenir les résultats (*outcomes*) souhaités. Observé de manière relationnelle le pouvoir s'inscrit dans une relation entre agents et sujets dont les rapports de forces influencent les agissements de ces derniers. Les ressources du soft power étant considérées comme immatérielles [105] et donc difficilement mesurables[106], c'est surtout sur le pouvoir relationnel que nous allons maintenant focaliser notre attention.

Dans la tradition anglo-saxonne, le pouvoir relationnel présente trois « aspects »[107]. Le premier aspect est celui énoncé par Robert Dahl dans son article *the Concept of Power* puis popularisé dans son ouvrage *Who Governs ?* partant du principe que dans une relation entre A et B « A a du pouvoir sur B dans la mesure où A puisse obtenir de

---

[104] Joseph S. Nye, Jr., *The future of power*. *op. cit.*, p. 9–10.
[105] Joseph S. Nye, Jr., *Soft Power*. *op. cit.*, p. 167.
[106] Umut Yukaruç, *A Critical Approach to Soft Power* in « Bitlis Eren Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi / Journal of Bitlis Eren University » n°2, 6 / 12/2017, p. 498.
[107] Lukes parle plutôt de « view » donc de de point de vue (Steven Lukes, *Power. A radical view*, Houndmills, NewYork, Palgrave Macmillan, 2ème éd., 2005, 1. éd. 1974). C'est donc le regard de l'observateur sur le pouvoir qui change et non pas le pouvoir qui aurait des « aspects » ou des « visages » (*faces*) différents.

B qu'il fasse ce qu'il n'aurait pas fait autrement »[108]. Ce premier aspect peut être nommé le pouvoir *coercitif*[109]. Selon Dahl, le pouvoir n'est cependant pas concentré dans les mains d'un seul groupe mais réparti de manière *pluraliste,* c'est à dire régi par des rapports de forces entre différents groupes d'influence. Le second aspect, théorisé par Bachrach et Baratz[110], s'exprime par la capacité de A à fixer « l'ordre du jour » et donc de limiter les choix de B. Cet aspect représente le pouvoir de *mobiliser les biais [cognitifs]*[111] et ainsi faire passer certains thèmes comme plus importants que d'autres. Le troisième aspect est celui exprimé par Steven Lukes dans *Power. A Radical View*. Il considère que le terme de pouvoir contient aussi la capacité de définir les préférences, les perceptions ou les envies de l'autre. Ce troisième aspect est défini comme la faculté d'*assurer la complaisance volontaire*[112] de l'autre. Cette conception du pouvoir rejoint l'idée de *subjectivisation,* c'est à dire la capacité du pouvoir à former le sujet[113], développée par Michel Foucault (parfois appelé quatrième aspect du pouvoir[114]) et ayant exercé une grande influence outre atlantique. Joseph Nye avouera par la suite que son concept de *soft power* est un mélange entre le second et troisième aspect du pouvoir relationnel[115] tandis que le *hard power* se base sur le premier aspect.

Enfin, certains scientifiques[116], dont Joseph Nye lui-même[117], s'accorderont à dire que le *soft power* puise ses fondements théoriques chez Edward H. Carr qui, en 1946, divise le pouvoir politique en trois catégories : le pouvoir militaire, le pouvoir économique et le « pouvoir sur les opinions »[118]. Cette troisième catégorie, qui se base sur la faculté d'un pays d'influencer l'opinion publique d'autres pays, peut être considérée comme l'équivalent du *soft power*[119].

---

108 « A has power over B to the extent that he can get B to do something that B would not otherwise do » Traduction de l'auteur. Robert A. Dahl, *The concept of power* in « Behavioral Science » n°3, 2 / 1957, p. 202–203.

109 Joseph S. Nye, Jr., *The future of power. op. cit.*, p. 10.

110 Peter Bachrach; Morton S. Baratz, *Two Faces of Power* in « The Americun Political Science Review », 56 / Dec. 1962.

111 Le second aspect du pouvoir comme « the mobilization of bias » est utilisé par Bachrach et Baratz en s'appuyant sur une citation de E.E. Schattschneider dans *the Semi-Sovereign People,* New York 1960. P.71. *Ibid.*, p. 949.

112 Steven Lukes, *Power. op. cit.*, p. 99.

113 Michel Foucault, *The Subject and Power* in « Critical Inquiry » n°4, 8 / 1982 Margus Vihalem, *Qu'est-ce qu'une subjectivation ? Les rapports entre le savoir, le pouvoir et le sujet dans la pensée de Michel Foucault* in « Synergies Pays Riverains de la Baltique » n°8 2011.

114 Peter Digeser, *The Fourth Face of Power* in « The Journal of Politics » n°N°4, 54 / 1992.

115 „Agenda-setting that is regarded as legitimate by the target, positive attraction, and persuasion are the parts of the spectrum of behaviors I include in soft power" Joseph S. Nye, Jr., *The future of power. op. cit.*, p. 20.

116 Voir Umut Yukaruç, *A Critical Approach to Soft Power. op. cit.*, p. 496.

117 Joseph S. Nye, Jr., *The future of power. op. cit.*, p. 10.

118 Edward H. Carr, *The Twenty Years' Crisis 1919-1939. An Introduction to the Study of International Relations*, London, Macmillan, 1946, p. 108.

119 Umut Yukaruç, *A Critical Approach to Soft Power. op. cit.*, p. 496.

1.1.2. Dérivés

Toujours est-il que le terme de *soft power* a créé une émulation certaine parmi la communauté scientifique, notamment dans la discipline des sciences politiques. Nombreux sont les travaux se basant sur ce concept dans l'étude des relations internationales. Il connait une première popularisation au début des années 2000, au cours desquelles Joseph Nye sort une publication entièrement consacrée à la notion[120]. Mais c'est surtout à partir de 2010 et *a fortiori* 2015 que le nombre de publications utilisant le terme explosent[121]. Ainsi la notion s'ancre dans le vocabulaire de la discipline des sciences politiques et son concepteur n'est plus le seul maitre de sa définition[122].

Une des raisons de son succès est d'être très « tape-à-l'œil »[123] ou « attrape-tout »[124], mais par ailleurs de pouvoir servir d'outil analytique aussi bien pour l'école réaliste, l'école libérale ainsi que l'école constructiviste des relations internationales[125]. Une des récentes innovations apportées au concept est son rapprochement avec la théorie constructiviste. En effet le *soft power* poursuit non seulement le but de modifier les préférences des autres acteurs mais il peut aussi s'attacher à (re)définir l'identité d'un acteur afin de l'inclure dans un « nous » à des fins politiques[126]. Plus

---

120 Joseph S. Nye, Jr., *Soft power*. *op. cit.*, soft power and policy.

121 Ainsi sur les 1.233 publications en lien avec la notion de *soft power* dont dispose la bibliothèque universitaire de Saxe seulement 9 sont sorties entre 1990 et 2000, 279 entre 2001 et 2009, 390 entre 2010 et 2014 et 663 entre 2015 et août 2019, soit presqu'autant en 3 ans et demi que les 24 années précédentes ! https://www.slub-dresden.de [consulté le 28.08.2019]

122 « With time, I have come to realize that concepts such as soft power are like children. As an academic or a public intellectual, you can love and discipline them when they are young, but as they grow they wander off and make new company, both good and bad. There is not much you can do about it, even if you were present at the creation. » Joseph S. Nye, Jr., *Soft power. The origins and political progress of a concept* in « Palgrave Communications » n°1, 3 / 2017b, p. 3.

123 Ayant pu ainsi « sortir de la tour d'ivoire académique » Giulio M. Gallarotti, *Soft Power. What it is, Why it's Important, and the Conditions Under Which it Can Be Effectively Used* in « Journal of Political Power », 4 / 2011, p. 25. Kearn parle du soft power en tant que « 'buzz' word of little theoretical content » David W. Kearn, *The hard truths about soft power* in « Journal of Political Power » n°1, 4 / 2011, p. 66
Arthur Schopenhauer était très sceptique quant aux termes « à la mode » qu'il comparait aux vêtements. « den treffenden Ausdrücken, originellen Redensarten und glücklichen Wendungen ergeht es wie den Kleidern: wenn sie neu sind, glänzen sie und machen viel Effekt: aber alsbald greift jeder danach; wodurch sie binnen kurzer Zeit abgenutzt und fahl werden, so daß sie endlich ganz ohne Wirkung bleiben. » Arthur Schopenhauer, *Parerga und Paralipomena 2. kleine philosophische Schriften*, Zürich, Haffman, 1999, 1. éd. 1851, p. 400.

124 Frédéric Martel, *Vers un soft power à la francaise* in Billion, Didier; Martel, Frédéric; Fabius, Laurent (éd.), *Diplomatie d'influence. Entretien avec Laurent Fabius*, p. 71.

125 Joseph S. Nye, Jr., *The Future of Soft Power in US Foreign Policy* in Parmar, Inderjeet; Cox, Michael (éd.), *Soft Power and US Foreign Policy. Theoretical, historical, and contemporary perspectives*, p. 219 Mentioné dans Umut Yukaruç, *A Critical Approach to Soft Power*. *op. cit.*, p. 498.

126 Valentina Feklyunina, *Soft power and identity. Russia, Ukraine and the 'Russian world(s)'* in « European Journal of International Relations » n°4, 22 / 2016, p. 774–781 S'appuyant sur les travaux antérieurs de Stefano Guzzini, *Power, realism and constructivism*, London, Routledge, 2013.

récemment encore *soft power 30* a créé un index afin de mesurer l'intensité du *soft power* de 30 États différents dans un rapport annuel[127].

Aussi le *soft power* a-t-il entrainé l'apparition d'une foule de nouveaux concepts se rattachant à lui : par exemple le normative power, semblable à l'idée de *civilian power*, qui représente la capacité à faire adopter ses normes au monde entier[128], le *social power*, la faculté de modifier les standards, de créer les normes et les valeurs sans l'usage de la contrainte[129], le *cosmopolitan power*, une conception proche du *smart power*[130] ou encore les *representational forces,* décrivant la capacité qu'ont les discours à influencer les représentations de la « réalité »[131]. Ces derniers ne présentent finalement pas ou peu d'innovation par rapport au concept initial. Il existe cependant des concepts pertinents associés au *soft power* que nous allons analyser maintenant.

1.2. CONCEPTS SIMILAIRES

Peut-on faire une brève rétrospective du soft power avant-même l'invention du terme ? Certains scientifiques diront que non, puisque nous assistions à une nouvelle forme de communication liée à l'apparition des médias de masses, puis d'internet. Il s'agit donc d'un phénomène nouveau qui n'a d'autres racines que la société moderne dans laquelle nous vivons[132]. Pourtant, se borner à 30 années de recherches sur le terme de soft power, c'est ignorer tout un paradigme de concepts étroitement liés les uns aux autres. Plutôt que de chercher à faire le tri dans cette montagne de termes, en essayant par exemple de trouver pour chacun un moyen de les discriminer, prenons-les comme faisant partie d'un ensemble, traitant d'un même phénomène avec ses nuances. Ainsi l'apparition d'un nouveau terme et/ou d'une nouvelle notion ne correspondrait qu'à un élargissement du paradigme et non à la révélation d'un phénomène nouveau[133].

---

127 Bien que ses indicateurs soient critiquables il s'agit d'une première tentative de mesurer le *soft power* d'un pays Jonathan McClory, *The Soft Power 30. A Global Ranking of Soft Power 2018*, London, 2018.

128 Ian Manners, *Normative Power Europe: A Contradiction in Terms?* in « JCMS: Journal of Common Market Studies » n°2, 40 / 2002 Ce concept reste néanmoins très proche l'approche qui sera traité dans le second chapitre de cette partie.

129 Peter van Ham, *Social power in international politics*, New York, Routledge, 2010

130 Giulio M. Gallarotti, *Cosmopolitan power in international relations. A synthesis of realism, neoliberalism, and constructivism*, Cambridge, New York, Cambridge University Press, 2010.

131 « Representational force is a form of power that operates through the structure of a speaker's narrative representation of 'reality' » Janice B. Mattern, *Why `Soft Power' Isn't So Soft: Representational Force and the Sociolinguistic Construction of Attraction in World Politics* in « Millennium: Journal of International Studies » n°3, 33 / 2005, p. 586.

132 Franz Ronneberger; Manfred Rühl, *Theorie der Public Relations. Ein Entwurf*, Wiesbaden, VS Verlag für Sozialwissenschaften, 1992, p. 19.

133 Voir les travaux de H. Putnam à ce sujet «The distinction between statements necessary relative to a body of knowledge and statements contingent relative to that body of knowledge is an important methodological distinction and should not be jettisoned. But the traditional philosophical distinction between statements necessary in some eternal sense and statements contingent in some eternal sense is not workable. The rescuing move which consists in saying that if a statement which

Dans notre cas, l'idée de *mission* puis de *catéchisme* et de *propagande* initiée par l'Église et réappropriée par l'État (on parlait avant de *réputation*) a pris le nom de *relations publiques* et de *publicité* dans le domaine de l'Entreprise. Dans le cas de l'action intérieure de l'État il prend le nom d'*éducation*[134] ainsi que celui de *diplomatie publique* ou *track II diplomacy* dans le cas de son action extérieure (le terme de propagande étant alors connoté trop négativement). Après la guerre froide, la notion de diplomatie publique commence à perdre de son intérêt puisqu'elle était bâtie sur l'idée de contrepropagande face à l'Union Soviétique. C'est à ce moment que Joseph Nye popularise son terme de soft power qui eut le succès énoncé plus haut. Tiré du monde de l'Entreprise, qui s'était approprié les techniques de propagande de l'Église et de l'État amorcées au XVIème siècle, le terme de *nation branding* s'introduit dans l'action extérieure de l'État. Conceptualisé par Simon Anholt, il s'agit finalement de l'idée de *marque* appliquée à un État. Le concept apparait en même temps que celui de soft power, mais n'a finalement pas le même succès que ce dernier car il s'inscrit trop dans une logique de marché.

Notre étude porte sur les termes de *propagande,* de *diplomatie publique*, ainsi que de *nation branding* afin d'élargir l'horizon du concept de soft power. L'idée ici est de saisir un phénomène commun à tâtons par le biais de notions similaires.

1.2.1. Propagande

L'origine du terme de propagande vient de la création de la *Congregatio de Propaganda Fide* (congrégation pour la propagation de la foi) crée en 1622 par le pape Grégoire XV en réaction à la réforme protestante[135]. Il s'agit d'un département de l'administration pontificale chargé de la diffusion du catholicisme et des affaires de l'Église dans les pays non-catholiques. Le mot « propagande » vient en effet de

---

appears to be necessary relative to a body of knowledge at one time is not necessary relative to the body of knowledge at a later time, then it is not really the same statement that is involved, that words have changed their meaning, and that the old statement would still be a necessary truth if the meanings of the words had been kept unchanged, is unsuccessful. The rescuing move which consists in saying that such statements were only mistaken to be necessary truths, that they were contingent statements all along, and that their "necessity" was "merely psychological" is just the other side of the same blunder. For the difference between statements that can be overthrown by merely conceiving of suitable experiments and statements that can be overthrown only by conceiving of whole new theoretical structures-sometimes structures, like Relativity and Quantum Mechanics, that change our whole way of reasoning about nature -is of logical and methodological significance, and not just of psychological interest» Hilary Putnam, *It Ain't Necessarily So* in « The Journal of Philosophy » n°22, 59 / 1962. Je remercie Jean-Philippe Narboux pour la réference et son exposé sur «Putnam on Conceptual Truth» à Leipzig le .

134 À ce sujet voir Edward L. Bernays, *Propaganda*, New York, 1928, p. 121–134 « Propaganda for Education »

135 Le livre du moine carme espagnol Thomas A. Jesu « De erigenda Congregatione pro fide propaganda » en 1613 inspira fortement l'établissement de cette institution et on lui doit une première utilisation de la notion de propagande. Thymian Bussemer, *Propaganda. Theoretisches Konzept und geschichtliche Bedeutung*, ZZF - Centre for Contemporary History, 2013.

propager[136]. Originellement, la racine du mot signifiait « enfoncer » dans le sens de « planter »[137]. Cette image prend son sens lorsqu'elle est couplée à une croyance : il s'agit effectivement d'une expansion géographique de la foi en « l'enfonçant », en la « plantant » ou en la « semant » puis en la laissant germer chez les individus se trouvant sur un territoire donné[138]. Ainsi, c'est la religion qui, dans un premier temps, est le principal « propagandiste ». Ce sont ses missions et ses missionnaires, convaincus de leur foi, qui nous ont fourni les toutes premières stratégies de « propagande », dont l'approche d'*accommodation* fera l'objet du troisième chapitre de cette thèse.

Bien sûr, avant même l'existence de la notion, il a pu exister des actions ponctuelles qui se seraient déroulées dans l'Histoire et qui pourraient relever d'une certaine forme de propagande[139]. Or ces actions isolées n'ont pas été inclues dans une stratégie d'ensemble visant à « informer les gens, à les persuader ou à les intégrer en son sein »[140] de manière systématique. En Europe, c'est surtout à partir du XVI^{ème} que se mettent en place de véritables dispositifs de propagande notamment lié à l'invention de l'imprimerie. Cette innovation a en effet engendré la diffusion en masse de tracts ou d'ouvrages imprimés et a permis une rapide progression de la Réforme[141]. Aussi, l'action de propagande se scinde-t-elle en deux directions : vers l'intérieur pour renforcer la foi des populations soumises à l'Église catholique, notamment à partir de 1566 avec le catéchisme du *Concile de Trente*[142], et vers l'extérieur pour la propager avec la *Congregatio de Propaganda Fide* que nous avons vu plus haut.

---

136 Du latin « prōpāganda » (féminin singulier du gérondif de « prōpāgō ») signifiant « qui doit être propagé ».

137 « Prōpāgō » est formé du préfix « prō », indiquant une mouvement vers l'avant, et de la racine « pangō », équivalant au français enfoncer, fixer, établir solidement, planter Félix Gaffiot; Pierre Flobert, *Le grand Gaffiot. Dictionnaire latin-français*, Paris, Hachette, 2000, p. 1256. D'où la traduction allemande « fortpflanzen » Thymian Bussemer, *Propaganda. Konzepte und Theorien*, Wiesbaden, Verlag für Sozialwissenschaften, 1ère éd., 2005, p. 25 . L'idée est ici de faire rentrer une idée/la foi aussi bien chez un individu que dans un pays. En allemand il s'agit du mot « Fortpflanzen » qui reprend bien cette idée.

138 Cette métaphore de la semence pour designer la propagande est parfaitement illustrée (bien que détournée) dans la première page du *Petit Journal* n°1265 apparu le 21 mars 1915 et s'intitulant « Bluffikultur allemande : le semeur de fausses nouvelles ». L'illustration représente un général allemand semant des tracts sur un champ. Le Petit Journal était lui-même un fervent artisan de la propagande française lors de la première guerre mondiale.

139 Une série d'exemples est énumérée dans Donald Grunewald; Giri Dua; Robert J. Petrausch, *Public relations. A primer for business executives*, New York, iUniverse, 2008, p. 1–2.

140 Il s'agit d'une définition large de la propagande selon Edward L. Bernays, *Public Relation*, Norman, 1952, p. 12. Cette citation est un résumé de Edward L. Bernays, *Propaganda. op. cit.*

141 Alexander Heintzel, *Propaganda im Zeitalter der Reformation. Persuasive Kommunikation im 16. Jahrhundert*, St. Augustin, Gardez!-Verl., 1998, p. 50–55.

142 Il s'agit de consolider la foi catholique à l'intérieur de ses territoires par le biais d'« une sorte de plan et de méthode » *Catéchisme de Trente*, 1566 Préface, § III. Le mot catéchisme vient du latin *catechismus* qui provient lui-même d'un verbe grec κατηχεῖν composé des particules κἀτἀ- (contre) et ἠχἐω (résonner – même racine que le mot *écho*). Il prend le sens d' « instruire de vive voix » en utilisant l'image de « faire retentir aux oreilles ». Anatole Bailly, *Dictionnaire Grec ancien - Français*, Paris, Hachette, 1935, p. 1066.

Par la suite, un autre acteur rentre en jeu – l'État. Ce dernier a cependant des ambitions plus modestes que l'Église : il souhaite avant tout soigner son image auprès des autres puissances et faire passer le message de sa politique auprès de ses sujets les plus éclairés. Un premier manuel de propagande étatique pourrait-être le Prince de Machiavel (1515) qui contient des indications précises pour se forger une *réputation*[143] auprès de sa population et des autres princes[144]. En France, Armand Jean du Plessis de Richelieu établit à partir de 1624 « un système d'information et de propagande »[145] à l'intérieur comme à l'extérieur du pays dont le « Bureau d'adresse » et « la Gazette de France » fondés respectivement en 1629 et 1631 par Théophraste Renaudot sont des illustres exemples[146]. Ces systèmes de propagande se répandent et sont appliqués par tous les pays d'Europe au cours des XVII^{ème} et du XVIII^{ème} siècles jusqu'en Russie. En effet, Pierre le Grand va avoir recours à une utilisation systématique de la propagande afin de faire passer ses réformes occidentalistes[147], d'améliorer l'image de l'Empire russe et de l'installer de manière durable auprès des puissances d'Europe de l'Ouest[148].

À partir du XIX^{ème} siècle, l'émergence de médias de masse, notamment de la presse écrite à large audience, puis de la radio et de la télévision au cours du XX^{ème} siècle, bouleversent le champ d'action de la propagande. En effet, ces derniers créent un phénomène d'*opinion publique*[149] qui est intiment lié à l'apparition de la société de

---

143 Le terme réputation signifie « avoir une bonne renommée du point de vue de la morale » au XIVème siècle Centre National de Ressources Textuelles et Lexicales, Réputation. Il vient du latin impériale « reputatum » considération, compter, examen, estimation, réflexion Félix Gaffiot; Pierre Flobert, *Le grand Gaffiot. op. cit.*, p. 1348. Le mot vient lui-même de « reputo » comprenant le préfixe « re », de nouveau, et la racine « puto », évaluer, mais aussi « putus », propre, pure *Ibid.*, p. 1238 . Il s'agit donc d'une estimation de la valeur morale d'un individu. C'est aussi l'équivalent de la rumeur, qui permet de parler des qualités (ou défauts) de la personne en son absence : « je ne connais que de réputation » Molière. La réputation est donc un terme passif. Machiavel change un peu la donne. Il déclare en effet que la réputation n'est pas le fait d'être bon moralement pour de vrai, mais de faire en sorte que les autres le pensent. Le management de la réputation s'apparente à la notion des relations publiques évoquées plus bas dans le texte.

144 Voir entre-autres les chapitres XVII « De la cruauté et de la clémence et s'il vaut mieux être aimé que craint » ; XIX « Qu'il faut éviter d'être méprisé et haï. » et XXI « Comment doit se conduire un prince pour acquérir de la réputation. » Machiavel, *Le prince*, Paris, 2018, 1. éd. 1515, pp. 79,87,101.

145 Gilles Feyel, *La presse en France des origines à 1944. Histoire politique et matérielle*, Paris, Ellipses, 2ème éd., 2007, p. 52 Richelieu a sûrement été inspiré par la *Congregatio de Propaganda Fide* d'un pape qui l'a fait nommer cardinal la même année.

146 Simone Mazauric, *Savoirs et philosophie à Paris dans la première moitié du XVIIe siècle. Les conférences du Bureau d'Adresse de Théophraste Renaudot ; (1633-1642)*, Paris, Publ. de la Sorbonne, 1997, p. 65.

147 Pierre Gonneau, *Histoire de la Russie. D'Ivan le Terrible à Nicolas II / 1547-1917*, Paris, Tallandier, 2016, p. 261.

148 Un exemple avec un article paru dans *le Mercure historique et politique* afin de se dédouaner de la mort de son fils. Derek Offord; Vladislav Rjéoutski; Gesine Argent, *The French Language in Russia. A Social, Political, Cultural, and Literary History*, Amsterdam, Amsterdam University Press, 2018, p. 400.

149 Bien que l'opinion publique soit par définition des opinions que partagerait plus ou moins une société donnée, n'existerait-elle pas plutôt « que et par les médias qui la façonneraient ou l'orienteraient à leur manière » selon Champagne. Nicole D'Almeida, *L'opinion publique* in « Hermès », 70 / 2014, p. 89. Si tel est le cas, elle alors intimement lié à l'histoire des médias qui prennent de l'ampleur à partir du XIXème siècle.

masse ou plutôt de la *foule* selon le terme de Gustave Le Bon, contemporain de cette effervescence[150]. Ainsi, tout le jeu de la propagande se situe au niveau de la prise d'influence sur l'opinion publique[151]. De plus, l'industrialisation fait place à un nouvel acteur : il s'agit de l'Industrie qui utilise la *publicité,* et d'autres techniques de propagande[152], pour faire vendre ses produits. Ainsi Église, État et Entreprises subtilisent le domaine de la propagande mais, dans leurs domaines respectifs, ils ne sont pas concurrents entre eux. Selon l'idée marxiste de *classe dirigeante*, ils seraient même imbriqués ensemble. Il s'agirait finalement d'une stratégie coordonnée pour asservir la masse[153]. Pourtant, pour les communistes – notamment Lénine – le Parti doit aussi utiliser ces techniques de propagande pour gagner la classe ouvrière et paysanne à sa cause et les mener à la révolution prolétaire[154]. Les partis politiques apparaissent ainsi sur la scène de la propagande en tant que nouveaux acteurs. Dans les systèmes démocratiques, chaque parti mettra en place un dispositif de propagande pour gagner des électeurs. Certains partis ne jouent le jeu qu'à moitié et entrent en opposition directe à l'État, l'Église et/ou ont une attitude très hostile aux grands industriels. Par exemple, au début du second Reich allemand *das Zentrum*, le parti chrétien de centre droit avec l'aide de l'Église catholique, est en opposition directe avec la propagande étatique de Bismarck[155]. Le Parti Communiste, quant à lui, entre en concurrence contre les trois acteurs mentionnés plus haut et leurs partis affiliés[156].

Jusqu'ici, le terme de propagande ne porte pas particulièrement de connotation négative. De plus, il n'existe pas encore de distinctions conséquentes entre

---

150 Le Bon affirme d'ailleurs que le XXème siècle sera celui de « l'ère des foules » Gustave Lebon, *Psychologie des foules*, Paris, 1905, 1. éd. 1895.

151 C'est en tout cas ce que propose la littérature scientifique de l'époque. Gabriel Tarde, *L'opinion et la Foule*, Paris, 1989, 1. éd. 1901; Ferdinand Tönnies, *Kritik der Öffentlichen Meinung*, Berlin, 1922; Walter Lippmann, *Public opinion*, New Brunswick (N.J.), London, Transaction Publishers, 1991; Edward L. Bernays, *Crystallizing Public Opinion*, New York, 1923.

152 Pour Hans Domizlaff, la publicité n'est qu'une « psychotechnique » de la propagande. Il différencie aussi « Reklame » (réclame) de « Werbung » (publicité ; « werben » pouvant aussi signifier recruter). En effet il compare la « Reklame » au crieur public, ses méthodes sont donc vieilles et bruyantes. La « Werbung » est comparée aux commerçants qu'on estime, elle agit de manière moderne et délicate. Thymian Bussemer, *Propaganda. op. cit.*, 135-151, concepts tirés de Hans Domizlaff, *Propagandamittel der Staatsidee*, Altona, 1932. Ainsi décrit-il la transition historique des méthodes publicitaires donc le terme fut créé en France en 1829, partant du sens de rendre quelque chose publique (publi-cité), au sens de « ensemble des moyens utilisés pour faire connaître au public un produit, une entreprise industrielle ou commerciale » Trésor de la langue francaise informatisé, *Publicité*, 2020.

153 « Insbesondere marxistische Autoren sahen PR als mitverantwortlich dafür an, dass es noch nicht zum endgültigen Sieg der Arbeiterklassen in den kapitalistischen Ländern gekommen war. » Michael Kunczik, *Public Relations. Konzepte und Theorien*, Köln, Böhlau, 5ème éd., 2010, p. 412.

154 Le terme d'agitation ou *agitprop* est aussi régulièrement employé par Lénine. Thymian Bussemer, *Propaganda. op. cit.*, p. 223–225.

155 Voir le terme de « Kulturkampf » pour décrire la politique de Bismark contre l'Église catholique et le parti *das Zentrum* dans les années 70 du XIXème siècle.

156 Dans son combat contre le capitalisme, le Parti Communiste doit combattre par la propagande tout ce qui le soutient, c.à.d. l'État, l'Église et l'industrie bourgeoise et les partis politiques soutenant le système capitaliste. *Ibid.*, p. 223–225.

« information » et « propagande »[157]. Tout ceci change à partir de la première guerre mondiale. Bien sûr, depuis le XVIème siècle en Europe les différents conflits qui ont eu lieu sur le continent ne manquent pas d'exemples de ce qu'on pourrait appeler *propagande de guerre* ou *guerre psychologique*[158]. Cette idée de *semer la zizanie*[159] dans les rangs adverses serait même bien plus vieille puisqu'on la retrouve déjà dans les écrits de Sun Tzu au IVème siècle avant notre ère en Chine avec le concept de discorde (用间/yòng jiàn[160]). Ce qui change pendant la Grande Guerre est, dans un premier temps, une planification stratégique qui est dirigée par des organismes spécialisés au niveau de l'État[161] et, dans un second temps, son utilisation intempestive – qui est nommée le « bourrage de crâne »[162]. On distingue alors trois types de propagande : une *blanche*, une *grise* et une *noire*, dont le principal déterminant est l'identité de la source. En effet, la propagande blanche proviendrait d'une source ouvertement identifiée, la propagande grise proviendrait d'une source soi-disant neutre mais en réalité hostile et la propagande noire proviendrait d'une source soi-

---

157 Selon *Ibid.*, p. 25. En revanche, en France la désinformation était passible d'une amende depuis la seconde république d'après l'article 4 de la loi sur la presse en 1849. « La publication ou reproduction, faite de mauvaise foi, de nouvelles fausses, de pièces fabriquées, falsifiées, ou mensongèrement attribuées à des tiers, lorsque ces nouvelles ou pièces seront de nature à troubler la paix publique, sera punie d'un emprisonnement d'un mois à un an, et d'une amende de cinquante francs à mille francs » Assemblée nationale, *Loi sur la presse*, 27 juillet 1849 Cet article est confirmé en 1881 par l'article 27 d'une nouvelle loi sur la presse : « La publication, la diffusion ou la reproduction, par quelque moyen que ce soit, de nouvelles fausses, de pièces fabriquées, falsifiées ou mensongèrement attribuées à des tiers lorsque, faite de mauvaise foi, elle aura troublé la paix publique, ou aura été susceptible de la troubler, sera punie d'une amende [...] Les mêmes faits seront punis [...] lorsque la publication, la diffusion ou la reproduction faite de mauvaise foi sera de nature à ébranler la discipline ou le moral des armées ou à entraver l'effort de guerre de la Nation. » *Loi du 29 juillet 1881 sur la liberté de la presse* (éd.), *Journal officiel*.

158 Les guerres de religion au XVIème siècle sont un exemple de l'utilisation de propagande de guerre, sous forme de tracts et d'affiches. Alexander Heintzel, *Propaganda im Zeitalter der Reformation*. *op. cit.*. La guerre de Crimée de 1853 à 1856, quant à elle, démontre une forme moderne de propagande relayée par la presse et la photographie. Thymian Bussemer, *Propaganda. Theoretisches Konzept und geschichtliche Bedeutung*. *op. cit.*

159 La zizanie vient du latin zizania signifiant l'ivraie. L'ivraie est la mauvaise graine que l'on sème pour mettre la discorde dans le groupe Centre National de Ressources Textuelles et Lexicales. *op. cit.*. L'expression rejoint la métaphore de la semence qui caractérise la propagande, mais dans un but de désunion. L'autre but de la propagande est, au contraire, celui d'« organiser le chaos » Edward L. Bernays, *Propaganda*. *op. cit.*

160 Voulant dire littéralement „faire séparer“. 间, en chinois traditionnel 間, utilise le symbole de la porte 門 et du soleil 日 ou, dans la forme alternative 閒, celui de la lune 月. Signifiant « un rayon de soleil / de lune à travers la porte ». C'est l'idée d'intervalle – *inter* (entre), *valum* (lat. rempart) qui est reprise ici. Ainsi 间 signifie une séparation nette entre deux choses. Pour Sun Zi il s'agit de semer la zizanie au sein de l'armée ou du pays adverse, c.à.d. les *séparer* en plusieurs groupes. Sun Tzu, *L'Art de la Guerre. Les treize articles*, Paris, Didot l'aîné, 1772, 1. éd. IVe siècle av. J.-C., Article XIII -De la manière d'employer les dissensions & de mettre la discorde.

161 Zentralstelle *für Auslandsdienst* en Allemagne, *Committee on Public Information (CPI)* aux États-Unis, le service interministériel de propagande appelé *maison de la presse* en France, *Wellington House* ou plutôt *War Propaganda Bureau* puis le ministère de l'information au Royaume-Uni. Jacques Ellul, *Histoire de la Propagande*, Vendôme, 1976, 1. éd. 1967, p. 101–113.

162 L'expression « bourrage de crâne » reprend en effet la métaphore initiale de « propago » - « enfoncer » une idée dans le crâne d'un autre, expression traduite par « Ins Gehirn der Masse kriechen » par Hans Domizlaff, *Propagandamittel der Staatsidee*. *op. cit.*.

disant amicale mais en réalité hostile[163]. Toujours est-il que les deux derniers types de propagande ont uniquement pour but de nuire à l'adversaire par la diffusion de fausses informations dont la source est dissimulée. Ce genre de technique s'inscrit dans une longue tradition des services secrets et de la guerre psychologique[164]. Aussi faut-il dorénavant distinguer les « anciens » propagandistes convaincus de leurs idées (par exemple les missionnaires des premières christianisations) et les « nouveaux » propagandistes, prenant de la distance par rapport à ce qu'ils exercent[165].

Entre les deux guerres les recherches scientifiques sur la propagande commencent à se développer. Parmi eux nous pouvons retenir le théoricien et praticien Edward Bernays (1891-1995) des *relations publiques*[166], puisque le terme de propagande avait alors une consonance trop négative[167]. D'après l'auteur il n'existe cependant pas de différences fondamentales entre les deux termes[168]. Ce changement de terminologie s'opère non seulement pour mettre l'accent sur d'autres formes de communication avec d'autres finalités, mais aussi pour associer la propagande aux régimes non-démocratiques[169]. En effet, à la même période des régimes politiques de type nouveau s'installent notamment en Allemagne, en Italie et en URSS. Ces régimes totalitaires abusent de la propagande, non seulement pour discréditer l'ennemi à l'extérieur mais aussi pour créer un « homme nouveau » chez eux[170]. Ainsi la propagande étatique s'idéologise de tous les bords et pourrait être comparée à la propagation d'une nouvelle foi[171]. La tension culmine pendant la seconde guerre mondiale, les *appareils*

---

163 Michael Kunczik, *Public Relations*. *op. cit.*, p. 35.

164 Michael Kunczik, *Public Relations*. *op. cit.*, p. 35.

165 Jacques Ellul, *Propagandes*, Paris, 1962, p. 241.

166 Ce terme en vogue dans le milieu du marketing à partir de la seconde moitié du XXème siècle a laissé place à une foule de définitions. Il pourrait cependant être résumé par cette phrase : « Tu gutes, und rede darüber / fais le bien et parles-en » Georg-Volkmar G. Zedtwitz-Arnim, *Tue Gutes und rede darüber*, München, Heyne, 1981, 1. éd. 1961. Il s'agit finalement de savoir jouer avec sa réputation.

167 Edward Bernays utilisait *public relations* et *propaganda* de manière synonyme. Michael Kunczik, *Public Relations*. *op. cit.*, p. 40. Enfin les recherches scientifiques sur les deux termes s'inscrivent dans une même continuité Dieter Nohlen; Rainer-Olaf. Schultze; Suzanne S. Schüttemeyer, *Lexikon der Politik*, C.H. Beck, München 1998, p. 524

168 Michael Kunczik, *Public Relations*. *op. cit.*, p. 39–42.

169 Thymian Bussemer, *Propaganda*. *op. cit.*, p. 369–372.

170 « A partir du XIXe siècle, l'Histoire en place dans notre société laïcisée remplace Dieu dans la toute-puissance sur le destin des hommes, mais c'est bien au XXe siècle que se font voir les folies politiques nées de cette substitution. Nietzsche devient alors le repère fondamental de cette manière de considérer que l'Histoire peut transformer non seulement la société, mais aussi la nature humaine et produire l'*homme nouveau*. » Jean-Jacques Salomon, *La fabrique de l'homme nouveau* in « Journal français de psychiatrie » n°3, 17 / 2002.

171 Louis Althusser met ainsi dans le même panier idéologies modernes et religions. Une idéologie est selon lui une « conception du monde » (all. Weltanschauung) ou plutôt une « représentation » du rapport imaginaire des individus à leurs conditions réelles d'existence. Louis Althusser, *Idéologie et appareils idéologiques d'État* in « La Pensée », 151 / 1970 « S'idéologiser » signifie dans cette phrase, mettre l'État [seulement] au service d'une idéologie.

idéologiques d'État, dont parle Louis Althusser[172], semblent avoir monopolisé le champ de la propagande et y avoir installé ses « nouveaux clercs »[173].

La guerre froide, avec l'opposition de deux blocs idéologiques, s'inscrit alors dans cette continuité et la joute lexicale s'intensifie. Pendant la guerre de Corée (1950-53) apparait le terme de « lavage de cerveau » technique qui serait utilisée par les chinois sur les prisonniers de guerre américains : il s'agirait d'une conversion [au communisme] forcée par le biais de tortures psychologiques[174] ou de « viols psychiques »[175]. Les pays communistes accusent en retour les pays occidentaux de techniques semblables via les *opérations psychologiques* américaines (PSYOP[176]) en temps de guerre ou le projet *MKultra*, dans lequel sont expérimentées des tortures psychologiques[177]. L'utilisation du terme de propagande est plutôt devenue un exercice rhétorique à des fins politiques. Tout ceci pourrait être résumé par cette phrase simpliste : « nous ne faisons pas [ce genre de] de propagande, ce sont les autres qui en font »[178]. Le terme de propagande désigne donc les techniques de manipulations mentales – toujours plus sophistiquées – de l'adversaire.

La fin du XXème siècle apporte deux changements radicaux pour la propagande. Il s'agit tout d'abord de la fin de la guerre froide et de la confrontation [rhétorique] entre deux blocs idéologiques. Les États, même dans les pays restés communistes, ne sont ainsi plus sur tous les fronts de la propagande idéologique. Enfin, l'apparition d'internet apporte un grand bouleversement dans les dispositifs de propagande. Désormais l'information circule en temps réel et il est possible d'atteindre un très grand nombre de personne avec peu de moyens financiers et techniques. Cette technologie est à double tranchant : si internet permet une diffusion massive d'informations accessibles à une grande partie de la population, il devient aussi le

---

172 Althusser identifie huit catégories d'Appareil Idéologique d'État :« l'AIE religieux (le système des différentes Églises) ; l'AIE scolaire (le système des différentes « Écoles », publiques et privées) ; l'AIE familial ; l'AIE juridique ; l'AIE politique (le système politique, dont les différents Partis) ; l'AIE syndical ; l'AIE de l'information (presse, radio-télé, etc.) ; l'AIE culturel (Lettres, Beaux-Arts, sports, etc.). »*Ibid.*

173 Jean-Paul Sartre, *Plaidoyer pour les intellectuels*, Paris, 1972, p. 19–21.

174 Le terme de « lavage de cerveau » est une traduction de Brainwashing en anglais qui est lui-même une traduction de 洗脑 - *xǐ nǎo* en chinois. Kathleen E. Taylor, *Brainwashing. The science of thought control*, Oxford, New York, Oxford University Press, 2004, p. 5–9

175 Joost A. M. Meerloo, *Rape of the mind. [the psychology of thought control, menticide, and brainwashing]*, [United States], Pickle Partners Publishing; Made available through hoopla, 2015.

176 PSYcological OPeration est un terme américain pour désigner des actions de propagande en tant de guerre [psychologique] pouvant aller de la simple distribution de tracts à du sabotage, voire – dans les cas les plus extrêmes – à du terrorisme et des viols systématiques Vanessa Fargnoli, *Viol(s) Comme Arme De Guerre*, Paris, L'Harmattan, 2012 . Voir aussi les propos du gynécologue et lauréat du prix Nobel de la paix, Denis Mukwege à propos des atrocités commises sur les femmes en République Démocratique du Congo.

177 Kenji Miyamoto, *The CIA MKULTRA Subproject 119 Was Their Initial Electromagnetic Program, Though Not Yielding Any Substantial Methodologies* in « SSRN Electronic Journal » 2018.

178 Phrase qui pourrait résumer l'idée de Kunczik sur les « semantische Spielereien » Michael Kunczik, *Public Relations. op. cit.*, p. 38–39.

terrain de jeu de propagation d'idées extrémistes et de fausses nouvelles (*fake news*)[179]. Les États semblent démunis à faire appliquer le droit sur ce média. Au contraire, ce sont quelques grandes entreprises, parfois dénommées sur l'acronyme GAFAM[180], qui sont le plus à même de réguler le contenu visible sur la toile[181]. Au début du XXIème siècle ce sont donc plutôt ces plateformes qui disposeraient au mieux de l'arme de la propagande dans les régimes démocratiques.

Enfin, les recherches de Lazarsfeld à la fin de la seconde guerre mondiale ont permis de déplacer le focus, fixé jusqu'alors sur les médias de masse, sur les *leaders d'opinion* : ce sont les relais humains des médias auprès du grand public dans une société démocratique (processus qu'il nommera *two-step communication*[182]). Ainsi, un acteur ignoré jusqu'alors – puisque noyé dans l'idée de société de masse – refait surface : l'individu. Depuis l'apparition des réseaux sociaux au début du XXI[ème] siècle, l'*influencer marketing* s'appuie désormais sur les *influenceurs*, des popularités du web (calculées au nombre de *likes* qu'ils génèrent) sur un thème particulier. Cela permet à la fois de démultiplier les effets de la publicité et permet en retour de soutenir l'influenceur et les idées qu'il propage[183]. Chaque individu peut-il donc s'armer d'un appareil de propagande pour diffuser ses idées ? ou est-il une sorte d'« idiot utile » subordonné aux enjeux économiques et/ou politiques de diverses organisations ? Toujours est-il qu'il n'a jamais été aussi facile et peu couteux de pouvoir propager ses opinions au monde entier.

Avant de se lancer sur le prochain concept associé au soft power, il est nécessaire de faire un récapitulatif sur cette brève histoire de la notion de propagande :

1. La première chose à constater est la multiplication des acteurs de propagande. On passe de très grands ensembles (Religion, Empire, État) à des ensembles de plus en plus petits (Partis politiques, Entreprises, ONG puis influenceurs). Une systématisation de l'utilisation de propagande se met progressivement en place

---

179 Thymian Bussemer, *Propaganda. op. cit.*, p. 395.

180 Pour Google, Apple, Facebook, Amazon et Microsoft. Sur le poids de ces géants sur l'économie numérique et mondiale voir Nikos Smyrnaios, *L'effet GAFAM : stratégies et logiques de l'oligopole de l'internet* in « Communication & langages » n°188, 2016 / 2016.

181 Voir la revue *Les pouvoirs éditoriaux de Google* in Communication & langages 2016/2 n°188 notamment Gustavo Gomez-Mejia; Jérémie Nicey; Shabnam Vaezi, *Questionner les pouvoirs éditoriaux de Google* in « Communication & langages » n°188 2016 : « Confronté à la puissance globalisée de ces 'nouveaux architectes du monde', un député d'outre-Manche résumait en 2013 la situation ainsi : 'Le problème est que Google est simplement devenu trop gros, trop puissant et trop influent, pas seulement pour le gouvernement britannique mais aussi pour le gouvernement américain' ». Je remercie aussi les intervenants du web-séminaire « les pratiques d'influence au XXème et XXIème siècle » organisé par l'EHESS pour ces nouvelles pistes de recherche sur l'influence.

182 « Ideas often flow from radio and print to the opinion leaders and from them to the less active sections of the population » Paul F. Lazarsfeld, *The people´s choice. How the voter makes up his mind in a presidential campaign*, New York, Sloan and Pierce, 1944, p. 151

183 Lei Pei; Dina Mayzlin, *Influencing the Influencers* in « SSRN Electronic Journal » 2019.

pour chacun de ces acteurs. Ils connaissent au cours de l'histoire une ascension, une apogée et un déclin relatif – sans toutefois disparaitre – dans le champ de la propagande : en Europe il s'agit tout d'abord de l'Église jusqu'au XVIII^{ème} siècle puis de l'État et des partis politiques aux XIX^{ème} et XX^{ème} siècles. Au début du XXI^{ème} siècle les GAFAM semblent avoir un pouvoir incomparable en matière d'influence. En sont-elles à leur apogée ? À qui passeront-elles le relais ? Dans cette lutte aux nouveaux prétendants, est-il possible que certains influenceurs s'émancipent et pourraient à eux seuls propager leurs idées à une majeure partie du globe ?

2. Le second constat est une corrélation entre avancées technologiques et l'amélioration quantitative des techniques de propagande afin d'atteindre une certaine masse de personnes. Avant l'invention de l'imprimerie – hormis quelques manuscrits – c'est surtout par le bouche-à-oreille, initié par les missions, qui permettent de propager, avec plus ou moins d'exactitude, une idée ou une foi[184]. L'imprimerie, les médias de masse et internet sont trois avancées technologiques majeures qui ont participé à l'évolution de la propagande. Elles ont participé à la réduction des couts – d'où la multiplication des acteurs – à la vitesse de propagation et à la portée du message, atteignant la quasi-totalité de la population mondiale en quelques minutes seulement. Cependant les *leaders d'opinion* et le bouche-à-oreille – même virtuel – jouent encore un rôle majeur comme relais de propagande.

3. Le troisième constat est l'élargissement considérable du champ lexical de la propagande, notamment à partir du XX^{ème} siècle. L'objectif de ce bref exposé sur la propagande était avant tout de montrer la dépréciation du terme de son invention à nos jours. En effet, la métaphore de la semence contenue dans le terme de propagande peut désigner « semer le bon grain » mais aussi « semer l'ivraie ». C'est surtout ce dernier qui s'est imposé au cours du XX^{ème} siècle poussant scientifiques, politiques, entrepreneurs et religieux à trouver des termes alternatifs pour désigner le même phénomène. Ces nouveaux termes s'appliquent soit à accuser des adversaires d'une propagande amorale avec des métaphores au gout douteux : le « bourrage de crâne », la « propagande noire », le « lavage de cerveau », le « viol psychique » etc. soit pour éviter le terme de propagande afin de désigner des actions d'information, de persuasion ou d'influence avec des termes moins imagés : « éducation », « publicité », « relations publiques », « soft power », « diplomatie publique ». Ainsi, essayer de différencier les termes revient bien souvent à « faire joujou avec la sémantique » selon Kunczik[185].

---

184 Wolfgang Reinbold, *Propaganda und Mission im ältesten Christentum. Eine Untersuchung zu den Modalitäten der Ausbreitung der frühen Kirche*, Göttingen, Vandenhoeck und Ruprecht, 2000.

185 Traduction de « semantische Spielereien » Michael Kunczik, *Public Relations. op. cit.*, p. 39.

4. Pour conclure, le terme soft power s'inscrit dans le contexte d'un élargissement du champ lexical de la propagande, de la montée en puissance d'internet ainsi que du déclin relatif de l'État dans le champ de la propagande et des États-Unis dans ce cadre réduit de la propagande étatique. Enfin, il apparait à un moment où les frontières entre propagande interne, à des fins de cohésion sociale, et externe, dont les objectifs sont de soigner son image auprès de ses alliés (réels ou potentiels) et de combattre ses ennemis sur le plan idéologique, sont poreuses[186].

1.2.2. Diplomatie publique

Avant de parler de *diplomatie publique* il serait peut-être nécessaire de rappeler brièvement ce qu'est la *diplomatie*. Le terme, de la manière dont nous l'employons actuellement, date (en France du moins) d'après la Révolution française. Avant cela le mot *diploma* désignait les documents officiels pliés d'une certaine manière et attribuant des privilèges à son porteur. C'est ce qui est appelé aujourd'hui les *lettres de créance*[187] portées par le chef de la mission diplomatique. Par la suite, le terme s'inscrit dans le contexte des traités entre souverains et désigne les activités des envoyés d'un souverain auprès des autres cours. On parle alors d'activités diplomatiques[188]. En 1798 le terme de diplomatie est défini pour la première fois dans le dictionnaire de l'Académie française comme « science des rapports, des intérêts de Puissances à Puissances. »[189] Cette définition stricte et classique de la diplomatie se bornant aux rapports entre États au niveau de la sécurité laisse petit à petit place à une définition plus extensible où sont ajoutées les activités commerciales, culturelles et scientifiques ainsi que, plus récemment, environnementales. De plus, la notion finit non seulement par accepter d'autres acteurs que les diplomates mandatés par les États[190] mais cible aussi d'autres acteurs que les États, dont notamment les sociétés civiles.

Ainsi, la diplomatie ne ciblant pas directement un État mais les populations y vivant afin d'influencer de manière indirecte la politique extérieure (ou intérieure) de ce dernier est appelée *diplomatie publique*. Ce terme vient de l'anglais *public diplomacy*. Il fut introduit pendant la guerre froide par Edmund A. Gullion dans des visées de contrepropagande face à l'Union soviétique[191]. Du point de vue soviétique et russe elle fut elle-même considérée comme appartenant au registre de la propagande

---

186 Ce qu'une politique extérieure souhaite montrer à l'étranger a aussi des répercussions à l'intérieur du pays et inversement la propagande extérieure se nourrit de ce qui se passe en interne. Dans un monde globalisé la frontière entre interne et externe semble ne plus avoir de contours clairs. Dieter Nohlen; Rainer-Olaf. Schultze; Suzanne S. Schüttemeyer. *op. cit.*, Außenpolitik, 5.

187 Organisation des Nations Unies, *Convention de Vienne sur les relations diplomatiques*, Vienne, 1961, Art. 13.

188 Thierry Balzacq; Frédéric Charillon; Frédéric Ramel, *Manuel de diplomatie*, SciencesPo, Paris 2018, p. 17–18.

189 Dictionnaire de L'Académie française, 5ème Edition (1798). Evoqué dans *Ibid.*, p. 18.

190 *Ibid.*, p. 15.

191 Alan Hunt, *Public diplomacy. What it is and how to do it*, Châtelaine, UNITAR United Nations Institute for Training and Research, 2015, p. 18

américaine[192]. Si la fin de la guerre froide amorce une réduction des budgets alloués à la diplomatie publique américaine[193], elle change également de visage, abandonnant son répertoire de contrepropagande pour une action plus active que réactive afin de promouvoir le pays. Elle sera ainsi moins liée à des enjeux idéologiques qu'économiques, culturels et scientifiques. En outre les acteurs se multiplient : chaque pays qui en a la capacité se dote de sa diplomatie publique. Les États, eux-mêmes, n'en ont plus le monopole et doivent jouer avec de nouveaux acteurs, telles que les organisations internationales, les gouvernements non-centraux (*paradiplomatie*[194]), les firmes multinationales et les organisations non-gouvernementales (ONG), de plus en plus présentes sur la scène internationale[195]. Ainsi pouvons-nous dire que « la vie internationale est [devenue] une interaction de société à société »[196]. On dénote alors le passage d'une diplomatie publique traditionnelle de gouvernement à société civile (G2P) à celui d'une diplomatie moderne de *people to people* (P2P)[197]. Enfin une *nouvelle* diplomatie publique (ou *diplomatie 2.0*) apparait due au développement des nouvelles technologies : internet, en premier lieu, mais surtout ce qu'on appelle le *web 2.0*[198] avec l'explosion des réseaux sociaux[199]. Elle va ainsi utiliser ces plateformes interactives afin de promouvoir le pays auprès des internautes. C'est ce que Nicholas Westcott appelle la *diplomatie digitale*[200].

La diplomatie publique peut agir sur trois publics différents 1) le « grand » public, 2) les relayeurs d'information : les journalistes et les représentants des différents médias et 3) les *faiseurs d'opinion*[201] (en allemand : « Multiplikatoren »[202]). Pour des raisons d'efficience ce sont ces derniers qui seront le plus visés dans les nouvelles stratégies de diplomatie publique[203]. Aussi la diplomatie publique ne se borne-t-elle

---

192 Елена Борисова, *Soft power, мягкая сила,мягкая власть. междисциплинарный анализ*, 3-е, Flinta, Moskva 2016, p. 6 – Edmond Gullion considéra lui-même son action comme de la propagande.

193 Alan Hunt, *Public diplomacy. op. cit.*, p. 42.

194 Comme les Länder en Allemagne qui peuvent avoir des représentations à l'étranger, comme c'est le cas pour la Saxe à Prague et À Wroclaw.

195 Alan Hunt, *Public diplomacy. op. cit.*, p. 52.

196 Raoul Delcorde, *Le métier de diplomate*, Bruxelles, 2018 Chapitre 6 - la diplomatie publique.

197 Nancy Snow; Philip M. Taylor, *The new public diplomacy handbook*, London, Routledge, 2009, p. 6.

198 Le *web 2.0* fait référence à un développement du *web* qui passe d'un ensemble de pages statiques (web 1.0) auxquelles vont s'ajouter des plateformes interactives (forums, réseaux sociaux mais aussi e-governments etc.) voir David Fayon, *Web 2.0 et au-delà. Nouveaux internautes : du surfeur à l'acteur*, Paris, Economica, 2008.

199 Voir Jan. Melissen, *The new public diplomacy. Soft power in international relations*, Palgrave Macmillan, New York 2005.

200 Nicholas Westcott, *Digital Diplomacy. The Impact of the Internet on International Relations* in « SSRN Electronic Journal » n°16 2008.

201 Raoul Delcorde, *Le métier de diplomate. op. cit.* Chapitre 11. Ce terme fait référence aux leaders d'opinion de Lazarsfeld.

202 Daniel Ostrowski, *Die Public Diplomacy der deutschen Auslandsvertretungen weltweit. Theorie und Praxis der deutschen Auslandsöffentlichkeitsarbeit*, Wiesbaden, VS Verlag für Sozialwissenschaften / GWV Fachverlage GmbH Wiesbaden, 1ère éd., 2010, p. 38.

203 Raoul Delcorde, *Le métier de diplomate. op. cit.* Chapitre 11

pas qu'au long terme. Selon Mark Leonard[204] et, dans une conception analogue, selon Joseph Nye[205] elle a trois dimensions [temporelles]. 1) À court terme la diplomatie publique fonctionne de manière réactive : il s'agit de réagir aux actualités et de gérer en très peu de temps un évènement concret avec les moyens diplomatiques appropriés (*news management*). 2) À moyen terme la diplomatie publique agit de manière proactive : elle établit une communication stratégique s'étalant sur des semaines, voire des mois afin de fixer l'attention sur un élément particulier du pays. Dans ce contexte on retrouve par exemple les salons du livre, les années binationales etc. 3) Enfin, à long terme la diplomatie publique tente de créer des partenariats et des réseaux de longue durée basés sur une relation de confiance et de compréhension mutuelle avec les différents faiseurs d'opinion. Enfin, il existe deux modèles de diplomatie publique : Daniel Ostrowski parle d'une différence entre une conception « conservatrice » et « moderne » de cette dernière[206], Bruno Signitzer, lui, d'une « harte Schule » et d'une « weiche Schule »[207]. Il s'agit finalement de savoir si elle s'applique de manière unilatérale, par le biais de campagne d'information, de publicité ou de propagande, ou bien sous forme de dialogue et d'échanges avec le pays ciblé. Grunig et Hunt font la distinction entre un dialogue, ou plutôt une communication « symétrique », qui aurait pour but une compréhension mutuelle[208] et une communication « asymétrique », dont les rapports de force lors de l'échange pencheraient en faveur du pays exerçant sa diplomatie publique. Cette communication asymétrique a pour but la persuasion. Dans les théories les plus radicales, la diplomatie publique aspire à calquer de manière unilatérale sa culture au pays ciblé[209]. Appliquée de manière symétrique cette

---

[204] Mark Leonard; Catherina Stead; Conrad Smewing, *Public diplomacy*, London, Foreign Policy Centre, 2002 Évoqué dans Daniel Ostrowski, *Die Public Diplomacy der deutschen Auslandsvertretungen weltweit. op. cit.*, p. 23.

[205] Joseph S. Nye, Jr., *Soft power. op. cit.*, p. 107–118 évoqué dans Daniel Ostrowski, *Die Public Diplomacy der deutschen Auslandsvertretungen weltweit. op. cit.*, p. 23 Et Alan Hunt, *Public diplomacy. op. cit.*, p. 23.

[206] Daniel Ostrowski, *Die Public Diplomacy der deutschen Auslandsvertretungen weltweit. op. cit.*, p. 21.

[207] Donc d'une école dure et d'une école molle de la discipline. Signitzer associe la première à la diffusion d'informations politiques à des fins de persuasion et la seconde à la communication culturelle dans le but de créer une compréhension mutuelle. Benno Signitzer, *Staaten im internationalen System* in Jarren, Otfried (éd.), *Politische Kommunikation in der demokratischen Gesellschaft. Ein Handbuch mit Lexikonteil* Évoqué dans Daniel Ostrowski, *Die Public Diplomacy der deutschen Auslandsvertretungen weltweit. op. cit.*, p. 24–25.

[208] James E. Grunig; Todd Hunt, *Managing public relations*, Fort Worth, Holt Rinehart and Winston, 1984 mentionné dans Daniel Ostrowski, *Die Public Diplomacy der deutschen Auslandsvertretungen weltweit. op. cit.*, p. 28–29.

[209] Selon Peisert, de manière analogue à Grunig et Hunt, la politique extérieure d'un pays peut poursuivre avec la *diplomatie publique* quatre objectifs : 1) Échanges et coopération, 2) calquer (Übertragung) de manière unilatérale sa propre culture dans le pays partenaire, 3) Informer, 4) promouvoir. Hansgerd Peisert, *Die auswärtige Kulturpolitik der Bundesrepublik Deutschland*, Stuttgart, Klett, 1978 Evoqué dans Daniel Ostrowski, *Die Public Diplomacy der deutschen Auslandsvertretungen weltweit. op. cit.*, p. 29

diplomatie reprend l'idée d'*accommodation* dont il est question dans le troisième chapitre de cette partie.

Pour parler de diplomatie publique le terme *track II diplomaty*, ou *diplomatie parallèle* en français, est parfois utilisé. Il est introduit pour la première fois en 1981 par Joseph V. Montville[210]. *Track* signifiant en français « rails », il s'agit d'une diplomatie qui se déroule sur d'autres voies que les canaux officiels entre gouvernements (diplomatie traditionnelle évoquée plus haut). Ce terme reprend ainsi l'idée de diplomatie publique dite « moderne », basée sur le dialogue entre sociétés civiles (P2P). Enfin, selon Huyghe, « la *diplomatie publique* est [dans sa relation au *soft power*] une stratégie que l'on mène, le *soft power* est un résultat que l'on attend ».[211] Elle représente donc la palette d'instruments disponibles d'un pays pour atteindre les finalités du *soft power*.

Pour conclure sur la diplomatie publique : le terme apparait au lendemain de la guerre mondiale, lorsqu'il « n'était plus possible de faire le divorce entre le terme de propagande et les excès des nazis et des communistes »[212]. Il perd en popularité à la fin de la guerre froide, puisque la diplomatie publique était bâtie sur une stratégie de contrepropagande vis-à-vis de l'URSS. C'est exactement à ce moment que le concept de *soft power* fait son apparition. Cependant le terme diplomatie publique est encore régulièrement utilisé de nos jours et permet de se fixer plus concrètement sur les modalités (public ciblé ; dimensions temporelles ; communication symétrique/asymétrique etc.) tandis que le soft power reste perché au niveau des buts d'une telle diplomatie. Enfin, la notion de diplomatie publique nous confirme non seulement la multiplication des acteurs dans le domaine de la propagande, mais aussi un élargissement des champs concernés (politiques, économiques, culturelles, scientifiques, religieux etc.) et des publics à cibler (organisations, grand public, relayeurs d'informations, faiseurs d'opinion etc.). Dans cette configuration il ne reste à l'État que peu de marges de manœuvres.

1.2.3. Nation Branding

Ainsi, la diplomatie publique a soit une fonction de dialogue et de conciliation, empruntant les « rails » du P2P, soit une fonction de promotion de l'image d'un pays, empruntant essentiellement la « traversée » G2P[213]. Ce dernier cas fait écho à l'idée de

---

[210] « Track Two has as its object the reduction or resolution of conflict, within a country or between countries, by lowering the anger or tension or fear that exists, through improved communication and a better understanding of each other's point of view » W. D. Davidson; J. V. Montville, *Foreign policy according to Freud* in « Foreign Policy », 45 / 1981, p. 1.

[211] Huyghe; François-Bernard, *Politiques d'influence. Diplomatie publique et soft power*, 16 mai 2010 evoqué dans Raoul Delcorde, *Le métier de diplomate. op. cit.* Chapitre 11 – la diplomatie d'hier à demain

[212] Alan Hunt, *Public diplomacy. op. cit.*, p. 34.

[213] Falk Hartig, *Public Diplomacy*, Wiesbaden, Springer Fachmedien Wiesbaden, 2019, p. 14.

nation branding. Le concept arrive chronologiquement un peu après celui de soft power. En effet, l'introduction du terme est accordée au britannique Simon Anholt au milieu des années 90[214]. Pour lui, chaque nation a une *brand* : elle est associée à une image, une identité, une réputation[215]. Par exemple le concept *made in* illustre cette idée de « marque » [216] : on jugera ainsi la qualité d'un produit en fonction du pays d'origine[217]. Cependant, il ne s'agit là que de l'un des aspects du nation branding. Simon Anholt identifie, en plus des produits, le gouvernement, les investissements, la culture, la population ainsi que le tourisme[218] et crée par la suite un indicateur : le Nation Brands Index[219]. Selon lui chaque pays est en compétition pour sa présence et son attraction sur la scène internationale sur les six points cités plus haut[220]. Cette nouvelle donne demande en effet la mise en place d'une stratégie coordonnée entre tous ces aspects du nation branding.

Le *branding* reprend ainsi l'idée de *management de réputation*, qui consiste à « planifier, communiquer un nom, une identité » [221]. Il réutilise les théories, les techniques et les outils d'un marketing orienté sur l'offre et le produit. Parmi ces dernières on pourrait retenir le modèle de Lavidge établissant une hiérarchie entre les facteurs cognitifs, affectifs et conatifs liés à un produit : tout d'abord il s'agit d'indiquer sa présence et d'informer sur le produit (cognitifs), ensuite de créer un intérêt et un

---

214 Simon Anholt, *Places. Identity, image and reputation*, Basingstoke, Palgrave Macmillan, 2010, introduction.

215 Simon Anholt, *Competitive identity. The new brand management for nations, cities and regions*, New York, Palgrave Macmillan, 2007, p. 4.

216 *Branding* signifie en effet marquage au fer rouge. Il s'agit d'une pratique de plus en plus répandue en Europe à partir du moyen-âge (mais connue depuis au moins l'Égypte antique) pour reconnaitre le propriétaire d'une bête à peau épaisse. Un fer chauffé à rouge (origine du mot *brand*) est utilisé pour laisser une marque sur la bête. Si le cheptel pouvait être mélangé avec un autre lors de l'élevage dans de grands espaces (notamment dans la prairie américaine), il fallait pouvoir distinguer clairement le propriétaire au moment de la vente. Aussi cette méthode permettait-elle d'éviter les vols (Fay E. Ward, *Cowboy at Work*, Dover Publications, 2013, Chapitre 13). De même, la marque qui était ajoutée sur les produits d'une manufacture suivait ce même principe. Ainsi, alors que les rapports entre l'acheteur et le vendeur vont perdre en proximité (Simon Anholt, *Places. op. cit.*), les différentes marques serviront néanmoins à l'acheteur de connaitre le propriétaire du bétail ou le producteur du produit. Un jeu de renommée (en allemand : Ruf) interviendra par la suite : certaines bêtes, certains produits seront reconnus de meilleure qualité que d'autres (Saif U. Khan; Owais Mufti, *The Hot History & Cold Future of Brands* in « Journal of Managerial Sciences » n°1 2014, p. 76). Il est nécessaire de préciser que la marque ne fait référence ici qu'à l'origine du produit et le jeu d'associations cognitives, affectives et conatives est lié au propriétaire et non pas au symbole de la marque. Pourtant, au cours de l'industrialisation, l'image de la marque devient elle-même porteuse d'associations positives ou négatives si elle est attractive ou non. En effet la marque « marque » en retour le consommateur et s'inscrit dans son esprit avec ses champs de connaissances et d'émotion liés à elle. Ceci ne laisse au propriétaire lié à la marque qu'une marge réduite pour changer les perceptions. Simon Anholt, *Competitive identity. op. cit.*, p. 6.

217 Pour les liens détaillés entre produit d'origine et nation branding voir : Keith Dinnie, *Nation branding. Concepts, issues, practice*, Oxford, Butterworth-Heinemann, 1ère éd., 2008, p. 77–104.

218 Simon Anholt, *Competitive identity. op. cit.*, p. 25.

219 http://www.nationbrandsindex.com/

220 Il s'inscrit cette idée dans la *théorie de la compétitivité de l'identité* (theory of competititvity identity). *Ibid.*

221 *Ibid.*, p. 4.

désir pour ce dernier (affectifs), enfin de convaincre, afin d'amener une personne à « l'action », c'est-à-dire à l'achat du produit (conatifs)[222]. Les techniques d'*event marketing,* dont l'évènement serait une publicité déguisée, et de *relationship marketing*, basé sur un dialogue de longue durée avec le client, pourraient aussi retenir notre attention. Enfin les outils tel que l'analyse SWOT[223], détaillant capacités internes (forces, faiblesses) et facteurs extérieurs (opportunités et menaces), seraient utile pour une stratégie de branding.

Cependant, Simon Anholt nous met en garde : si un pays a une *brand*, il serait trompeur de penser qu'il pourrait être « *branded* » comme un produit ou une entreprise[224]. L'image de marque (*brand image*) d'une nation, c'est-à-dire le jeu d'associations cognitives, affectives et conatives qui lui est affilié, ne doit pas être réductrice et simple comme pourrait être l'image de marque d'une entreprise. Au contraire l'image [de marque] d'une nation est attirante lorsqu'elle est riche, nuancée voire contradictoire – cela demande toutefois un effort d'apprentissage du pays[225]. Le gouvernement d'un pays n'est pas le seul maitre de l'image de marque de ce pays. Selon Anholt, la diplomatie publique ne représente ainsi que la volonté de manager l'image politique du pays, un des six pôles de son concept de nation branding[226]. L'idée de marque appliquée à une nation reste néanmoins problématique : peut-on (et doit-on) réellement insérer les différentes identités nationales dans une logique de marché ?[227]

Ainsi, le concept de nation branding apparait plus ou moins en même temps que celui du soft power. Tout comme lui, il s'inscrit dans la logique néolibérale qui commence à partir de la fin de la guerre froide. Le terme de nation branding a eu un succès certain. Cependant, s'il n'a pas eu autant d'impact que son « concurrent direct » dans l'étude des relations internationales, le soft power, c'est justement parce qu'il reprend la métaphore de marque et donc de marché. Le terme de soft power, tant qu'à lui, reste dans le registre classique des relations internationales. Le nation branding permet d'élargir la palette des instruments d'attractivités par rapport au soft power qui propose vaguement « les institutions, la culture et l'idéologie »[228]. Toutefois les buts de ce concept restent superficiels, il s'agit avant tout de polir l'image de marque d'un pays mais sans chercher à convaincre, c'est à dire à faire en sorte « que les autres veulent ce que nous voulons »[229].

---

222 Robert J. Lavidge; Gary A. Steiner, *A Model for Predictive Measurements of Advertising Effectiveness* in « Journal of Marketing » n°6, 25 / 1961, p. 61.
223 L'acronyme SWOT vient de **S**trengths (Forces), **W**eaknesses (Faiblesses), **O**pportunities (Opportunités) et **T**hreats (Menaces)
224 Simon Anholt, *Competitive identity. op. cit.*, p. 5.
225 Simon Anholt, *Places. op. cit.*, chapitre 4.
226 Simon Anholt, *Competitive identity. op. cit.*, p. 12–15.
227 Falk Hartig, *Public Diplomacy. op. cit.*, p. 19.
228 Joseph S. Nye, Jr., *Soft Power. op. cit.*, p. 164.
229 *Ibid.*, p. 164.

1.3. IMPACTS SUR LES POLITIQUES CULTURELLES EXTÉRIEURES DE L'ALLEMAGNE, DE LA FRANCE ET DE LA RUSSIE

Le concept de soft power s'inscrit aussi dans une longue tradition de conceptualisations et de mises en pratique des politiques culturelles extérieures d'un pays. L'introduction du terme a néanmoins poussé certains pays à repenser leurs schémas tactiques. Nous abordons dans ce sous-chapitre tout d'abord le concept de politiques culturelles extérieures, lié aussi aux termes de relations culturelles et de diplomatie culturelle. Il faut étudier par la suite l'impact de l'idée du soft power sur les politiques extérieures allemande, française et russe.

1.3.1. Politiques culturelles extérieures

Le terme de politiques culturelles extérieures contient lui-même des notions – politique, politique extérieure, culture, politiques culturelles – sur lesquelles la littérature est si riche que nous ne pouvons évoquer ici qu'un minuscule aspect de ces dernières.

Commençons par le terme de politique. Le terme vient du grec ancien *πολιτικός*, dont la racine *πολῖτης* signifie citoyen, venant lui-même de *πόλις*, la ville, signifiée par ses remparts (racine indo-européenne **pel-1*)[230]. Le mot a aussi une racine commune avec *πολύς*- (plus de deux) : c'est en effet la condition essentielle pour commencer à parler de politique[231]. Si *le politique* (en anglais : *Polity*), le Pouvoir institué au sein d'une société, existait bien avant les Grecs de l'époque post-mycénienne, l'invention *de la politique* (en en anglais : Politics) en tant qu'activité semble leur être attribuée[232]. Aristote définira ainsi dans son œuvre *le politique* que l'homme [grec] est un *animal politique* (ζῷον πολιτικόν). Or *la politique*, en tant qu'activité peut désigner trois choses : c'est 1) l'« organisation de la vie publique » qui se décide par des rapports de forces au niveau du Politique[233], 2) ce sont les stratégies de conquête du Politique, 3) ce sont les personnes qui pratiquent soit l'un, soit l'autre ou cumulent les deux aspects de cette activité (homme/femme politique). Au pluriel, *les politiques* peuvent désigner les femmes et les hommes qui *font de la politique* (politicien·ne·s[234]) mais elles peuvent signifier les *politiques* dites *publiques* (en anglais : Policy). C'est-à-dire les moyens mis

---

230 Adrien Houguet, *Platz der Sichtbarkeit im idealen Stadtbild. Bildliche Feldforschung zur urbanen politischen Ästhetik in Deutschland, Georgien und Polen* in Vogt, Matthias Theodor (éd.), *Gesellschaftlicher Zusammenhalt, politische Ästhetik und kulturelle Semantik*, p. 43 ; Julius Pokorny, *Indogermanisches etymologisches Wörterbuch*, Tübingen, Francke, 3ème éd., 1994, lemma: pel-1, pelə-, plē-; signifiant B: Forteresse mais aussi D: bourrage, foule.

231 Matthias T. Vogt, *Interculturality – Institut für kulturelle Infrastruktur Sachsen*, Görlitz, 2017

232 Jean-Pierre Vernant, *Les origines de la pensée grecque*, Paris (6, avenue Reille 75685), P.U.F, 2017.

233 Andreas Vierecke, et al., *Dtv-Atlas - Politik*. *op. cit.*, p. 11.

234 En anglais : Politician, francisé en politicien/ne.

en œuvre par le politique (c'est à dire l'État, dans les sociétés contemporaines) pour organiser la société.

La politique extérieure (en anglais : Foreign policy), quant à elle, reprend l'idée de politique en tant qu'activité. Il s'agit de l'expression du politique de chaque société (dans les sociétés contemporaines il s'agit avant tout du gouvernement) vers l'extérieur dans le but d'organiser la vie entre sociétés, c'est à dire l'aménagement des *relations internationales*. Il existe là aussi des rapports de forces qui – contrairement à l'intérieur des sociétés contemporaines – sont peu institutionnalisés (malgré l'émergence des organisations internationales) et souvent implicites[235]. La politique extérieure s'inscrit donc aussi dans une stratégie d'influence pour organiser la vie internationale à l'avantage de sa société. Toutefois, les frontières entre politiques intérieure et extérieure sont poreuses : dans un monde globalisé la plupart des problèmes au niveau national ne peuvent avoir que des solutions au niveau global (environnement, terrorisme, concurrence internationale, migration etc.) 236 . Les produits culturels, dépassant bien souvent les frontières nationales, rentrent eux aussi dans cette logique internationale.

La culture désigne dans un premier temps un processus de développement spirituel. Elle part d'une métaphore de Cicéron (1er siècle av. J.-C.) qui compare la culture de l'esprit (cultura animi) avec la culture d'un champ[237]. Ce terme est repris aux XVIème et XVIIème siècles en Europe dans le même sens que celui d'*éducation*[238]. Il fait opposition à l'homme *non-cultivé,* c'est-à-dire à sa nature barbare et brutale. Ce terme coïncide donc en français avec celui de civilisation, apparu à la même époque : « il y a[urait] d'un côté les peuples civilisés, de l'autre côté les peuples sauvages, primitifs ou barbares »[239]. C'est aussi une occasion pour le Tiers-États de distinguer ses membres

---

235 Andreas von Arnauld, *Völkerrecht*, Heidelberg, C.F. Müller, 4ème éd., 2019, p. 14–16.

236 Dieter Nohlen; Florian Grotz, *Kleines Lexikon der Politik*, Orig.-Ausg, 6. überarb. und erw. Aufl., Beck, München 2015, p. 31–32.

237 « Nullum vero id quidem argumentum est. Nam ut agri non omnes frugiferi sunt, qui coluntur, falsumque illud, ac improbe, "Etsi in segetem sunt deteriorem datae / Fruges, tamen ipsœ suapte natura enitent;" sic animi non omnes culti fructum ferunt. Atque, ut in eodem simili verser, ut ager, quamvis fertilis, sine cultura fructuosus esse non potest : sic sine doctrina animus. Ita est utraque res sine altera debilis. Cultura autem animi, philosophia est : haec extrahit vitia radicitus , et préparat animos ad satus accipiendos, eaque mandat his, et, ut ita dicam, serit, quœ adulta fructus uberrimos ferant.». « Vous concluez mal ; car, de même que tous les champs, quoique cultivés, ne rapportent pas , et qu'il n'est point vrai, comme l'a dit un de nos poètes, "Que de soi le bon grain, sans besoin d'aliment,/Dans un champ, même ingrat, sait croître heureusement;" de même tous les esprits, quoique cultivés, ne fructifient point. Et pour continuer ma comparaison, je dis qu'il en est d'une âme heureusement née, comme d'une bonne terre ; qu'avec leur bonté naturelle, l'une et l'autre ont encore besoin de culture, si l'on veut qu'elles rapportent. Or, la culture de l'âme, c'est la philosophie. Elle déracine les vices, elle prépare l'âme à recevoir de nouvelles semences, elle les y jette, les y fait germer, et avec le temps il s'y trouve abondance de fruits. » M. T. Cicéron, *Oeuvres complètes*, Paris, 1812, 1. éd. 1 siècle av. JC, p. 158.

238 Matthias T. Vogt, *Interculturality – Institut für kulturelle Infrastruktur Sachsen. op. cit.*

239 Braudel résume ainsi les réflexions du XVIIème au XIXème sur le terme de civilisation. Fernand Braudel, *Grammaire des civilisations*, Paris, Flammarion, 2008, 1. éd. 1963, p. 34.

« cultivés » : bourgeois et notables non-nobles vis-à-vis des paysans, artisans etc. [240]. En revanche, les termes de culture et de civilisation étaient utilisés uniquement au singulier jusqu'ici. Selon Braudel, l'utilisation de civilisations au pluriel date du XIXème siècle : « les musées nous dépaysent dans le temps, nous replongent [...] dans *des* civilisations révolues. Les dépaysements sont plus nets dans l'espace : passer le Rhin, ou la Manche atteindre la Méditerranée en venant du Nord, autant d'expériences [...] qui soulignent la réalité du pluriel de notre mot. Il y a indéniablement *des* civilisations. »[241] Le terme de culture passe aussi au pluriel en prenant un sens dit *anthropologique* ou *large* qui pourrait se définir comme « l'ensemble des représentations collectives propre à une société [ou un groupe social] »[242] selon Pascal Ory. L'auteur joue en effet sur un double sens du mot *représentations* : ce sont à la fois les représentations mentales et leurs expressions matérielles[243]. Ainsi, dans son sens restreint la culture désigne : « la production, la diffusion et la consommation des objets symboliques créés par une société »[244]. Il y a donc autant de cultures qu'il y a de sociétés ou groupes sociaux.

Comment distinguer ici civilisations et cultures ? Dans son livre *Clash of civilizations*, Samuel Huntington présente de grands ensembles « étanches, homogènes, face à face, et sans contradictions internes » [245] qu'il nomme *civilisations* [246]. Or la France et le Canada, faisant pourtant partie du « bloc occidental », tentent de faire de la culture (dans le sens restreint du terme – les produits culturels) une exception dans les traités internationaux de libre-échange, craignant la trop forte concurrence du marché culturel étatsunien. Face aux résistances des États-Unis, le terme d'« exception culturelle » se transforme rapidement en protection de la « diversité culturelle », jugé moins défensive[247]. Il est remployé pour la défense des identités, notamment des « petits États »[248], mais aussi des minorités ethniques et sociales, dont les caractéristiques culturelles sont menacées de disparaitre si elles ne sont pas protégées. C'est par exemple l'idée principale du multiculturalisme

---

240 Gabriele Klein, *Kultur* in Korte, Hermann; Schäfers, Bernhard (éd.), *Einführung in Hauptbegriffe der Soziologie*, p. 278.

241 Fernand Braudel, *Grammaire des civilisations*. *op. cit.*

242 Pascal Ory, *L'histoire culturelle*, Paris, Presses universitaires de France/Humensis, 2019 Nous reviendrons plus tard sur le terme de représentation.

243 Pascal Ory, *Quelques notes succinctes sur les deux corps de la représentation* in « Sociétés & Représentations » n°40, 2 / 2015.

244 Pierre Milza, « Introduction », « Culture et relations internationales », Relations internationales, no 24 et no 25, 1980 cité dans Robert Frank, *Culture et relations internationales. Les diplomaties culturelles* in Frank, Robert (éd.), *Pour l'histoire des relations internationales*, p. 372.

245 Robert Frank, *Culture et relations internationales*. *op. cit.*, p. 439 C'est toutefois à Edward B. Tylor qu'est attribuée pour la première fois cette définition large de la culture en 1871 Matthias T. Vogt, *Was ist Kulturpolitik?*, Görlitz, März 2010.

246 Samuel P. Huntington; Zbigniew Brzezinski, *The clash of civilizations and the remaking of world order*, New York, London, Toronto etc..., Simon & Schuster, 1ère éd., 2011 [1ère ed. 1996].

247 Robert Frank, *Culture et relations internationales*. *op. cit.*, p. 382.

248 *Ibid.*

au Canada initié par Charles Taylor[249]. Les cultures se présentent donc comme de plus petits ensembles que les civilisations et comme une forme de volonté de distinction vis-à-vis des autres dans ce grand ensemble. Ainsi, si M.T. Vogt affirme qu'il peut y avoir des civilisations au pluriel mais que le terme de culture est un mot collectif toujours au singulier[250], nous pouvons déduire ici l'inverse : dans un monde globalisé, n'y a-t-il finalement pas « des biens collectifs de *la* civilisation [humaine] »[251] et *des* cultures qui essayent de s'affirmer [politiquement]. *Les* cultures cherchent ainsi à se distinguer de manière horizontale au sein de l'humanité, tandis que *la* culture est une distinction verticale au sein d'une société ou d'un groupe social[252].

Le terme de politiques culturelles reprend l'idée de politiques dites publiques (en anglais : Policy) et est plutôt à mettre au pluriel. C'est donc l'État et ses institutions qui en sont les principaux acteurs[253]. Aussi le terme reprend-il l'idée de culture dans son sens restreint. Il s'agit pour l'État de jouer sur les conditions de création et de diffusion de la culture par des politiques publiques adaptées à ses stratégies[254]. Aussi espère-t-il récolter les effets immatériels positifs de la culture (au sens large cette fois) tels qu'une meilleure cohésion sociale[255].

Les politiques culturelles extérieures sont les stratégies prises par l'État (policy) pour défendre ses intérêts à l'extérieur du pays (foreign politics) par le biais de la culture (au sens restreint)[256]. Il s'agit ici de favoriser l'exportation et, dans une moindre mesure, l'importation de produits culturels sous forme d'objets symboliques mais aussi d'idées, de pratiques et de modes de vie[257]. La circulation de ces produits culturels s'inscrit dans le cadre des relations culturelles [internationales]. L'étude des transferts culturels occupe une place centrale lors de l'observation de ces dernières[258]. Il existe toutefois des échanges culturels dits « informels », se déroulant en dehors des mailles étatiques et institutionnelles, et d'autres dits « organisés »[259], s'inscrivant dans le champ d'action de la diplomatie culturelle.

---

249 Charles Taylor; Amy Gutmann, *Multiculturalism. Examining the politics of recognition*, Princeton, NJ, Princeton Univ. Press, 1994.
250 Matthias T. Vogt, *Interculturality – Institut für kulturelle Infrastruktur Sachsen*. *op. cit.*
251 Fernand Braudel, *Grammaire des civilisations*. *op. cit.*, p. 38.
252 Pierre Bourdieu, *La distinction. Critique sociale du jugement*, Paris, Les Éd. de Minuit, 2007, 1. éd. 1979.
253 Même aux États-Unis, par exemple, ou l'État fédéral réclame ne pas intervenir directement dans le domaine culturel, il le fait indirectement par entre autres des réductions d'impôts. Pierre Moulinier, *Les politiques publiques de la culture en France*, Paris, Presses Universitaires de France / Humensis, 8ème éd., 2020, p. 38–39.
254 Matthias T. Vogt, *Was ist Kulturpolitik? op. cit.*, p. 13–14.
255 Matthias T. Vogt; Erik Fritzsche; Christoph Meißelbach, *Ankommen in der deutschen Lebenswelt*. *op. cit.*, p. 81.
256 Kurt-Jürgen Maaß, *Vielfältige Umsetzungen*. *op. cit.*, p. 74.
257 Robert Frank, *Culture et relations internationales*. *op. cit.*, p. 373.
258 Michel Espagne, *Les transferts culturels franco-allemands*, Presses universitaires de France, 1999.
259 Robert Frank, *Culture et relations internationales*. *op. cit.*, p. 373.

La diplomatie culturelle est l'exécutante des stratégies formulées par les politiques culturelles extérieures. Elle s'appuie sur toute une palette d'instruments dont elle peut actionner des leviers financiers, juridiques et/ou politiques. Un État interventionniste dans le domaine culturel a tendance à vouloir enrober tou*te l'action culturelle extérieure* de la nation, qui comprend aussi les échanges culturels dit informels. Toujours est-il qu'il existe de nombreuses interférences entre acteurs étatiques et société civile[260]. En ce sens la diplomatie culturelle fait partie de la *diplomatie publique* que nous avons évoquée plus haut et s'applique dans ce domaine aux contours flous de la culture[261]. Au niveau des acteurs en jeu, il s'agit entre autres « des diplomates officiels, mais aussi des intellectuels, des artistes, des archéologues, des religieux, des missionnaires, des missions laïques des réseaux comme l'Alliance française [...] des fondations philanthropiques, des musées etc. » [262] ainsi que des organisations internationales telle que l'UNESCO. Le détail des institutions rentrant en jeu pour la diplomatie culturelle de l'Allemagne et de la France en Russie est dressé dans le 4ème chapitre de la partie empirique.

Ainsi, les politiques culturelles extérieures sont libres dans la conception de leurs stratégies de poursuivre des finalités de soft power ou non. Voyons maintenant ce qu'ont choisi l'Allemagne et la France dans ce domaine.

1.3.2. Allemagne

L'idée de soft power sur les politiques culturelles extérieures de l'Allemagne n'a pas eu l'écho qu'il a reçu par exemple en France. Cela est lié au fait qu'il est plutôt contradictoire avec les conceptions de sa *auswärtige Kultur- und Bildungspolitik* après la seconde guerre mondiale. Toutefois le concept s'impose dans certains de ces principes, notamment avec la conception 2011 de la coalition entre chrétiens-démocrates et libéraux. Avec l'introduction du terme de « concurrence des récits » dans le contrat de coalition entre les chrétiens-démocrates les intérêts économiques et politiques retrouvent le devant de la scène ; au détriment d'échanges culturels qui suivraient ses propres logiques[263]. Ce sont donc ces orientations qui sont attendues

---

260 « On peut conserver cette distinction, en sachant cependant que les interférences sont nombreuses, tant les États utilisent les acteurs, agents et médiateurs de la société civile dans leur politique culturelle, et tant les acteurs de l'action culturelle à l'extérieur font appel aux États pour renforcer leurs initiatives. » Robert Frank, *Culture et relations internationales. op. cit.*, p. 373.

261 « La palette d'interventions potentielles est large car le mot « culture » est flou, et ses vecteurs se sont diversifiés, notamment avec l'audiovisuel, la presse, internet, les réseaux sociaux... Les acteurs qui animent ces espaces peuvent être nombreux, et leurs contours peu lisibles. Le mot « culture » peut alors servir d'alibi, et les notions de propagande, de déstabilisation, d'action psychologique planent sur ces activités. » Marie-Christine Kessler, *La diplomatie culturelle. op. cit.*, p. 264

262 Robert Frank, *Culture et relations internationales. op. cit.*, p. 374.

263 « So waren die öffentlichen Reaktionen auf den Ausbau der AKBP im Koalitionsvertrag auch zwiespältig. Bei grundsätzlicher Zustimmung zum Ausbau, äußerte die Kritik sowohl Bedenken, man wolle Kunst und Kultur für nationale Interessen einspannen, als auch die Skepsis, ob Kultur für „solche Offensiven in einem ‚Wettbewerb der Narrative' überhaupt gerüstet, geschweige denn geeignet" sei. » Sigrid Weigel, *Transnationale Auswärtige Kulturpolitik – Jenseits der*

pour la nouvelle conception des politiques culturelles extérieures en préparation pour la 19ème période législative (2017-21).

En allemand les politiques culturelles (et scientifiques[264]) extérieures sont nommées *auswärtige Kultur- und Bildungspolitik* (abrégées en AKBP). Il est intéressant de constater que *Kultur* et *Bildung* sont de lointains synonymes en langue allemande[265]. En effet, Bildung peut se traduire par *formation* : c'est l'idée d'*éducation*, de former une personne d'après un modèle (*vor-bild*[266]). Il s'agit donc du même concept que celui de *culture* en tant que développement de l'esprit[267]. Or ces termes sont utilisés ici pour designer deux activités distinctes, mais qui se recoupent sur de nombreux points[268]. Ces activités couvrent d'un côté l'enseignement de la langue et l'organisation d'*évènements culturels,* et de l'autre le développement de l'éducation et les échanges scientifiques. À cela s'ajoute la communication par les médias comme le fait la *deutsche Welle*[269]. Le terme de *Politik* en allemand contient les trois entités du/de la/des politique(s) (polity, politics et policy) que nous avons vu plus haut[270]. Enfin, *Auswärts* signifie, par exemple dans le cadre d'un sport collectif, le fait de « jouer à l'extérieur » ; ce qui est bien souvent à l'avantage de l' « adversaire » qui – lui – « joue à domicile ».

Le terme d'*Auswärtige Kulturpolitik* fait son apparition au début du XXème siècle[271] en Allemagne, sans toutefois la particule « Bildung »[272]. Il s'agit dans un premier temps d'imiter et de concurrencer les autres nations plus avancées en termes d'action culturelle à l'étranger ; notamment la France[273]. Ainsi le second Reich

---

Nationalkultur. Voraussetzungen und Perspektiven der Verschränkung von Innen und Außen, 2019, p. 22.

264 Les deux sont souvent associées lors d'ouvrages scientifiques ou de directives ministérielles, par exemple : Philippe Lane, *French scientific and cultural diplomacy*, Liverpool, Liverpool University Press, 2013

265 C'est la remarque que fait M.T. Vogt en partant de la métaphore de Cicéro cultura animi Matthias T. Vogt, *Was ist Kulturpolitik? op. cit.*, p. 19.

266 Mittelhochdeutsch bilde = Bild, Gestalt, althochdeutsch bilidi = Nachbildung, Abbild; Gestalt, Gebilde, vielleicht ursprünglich = (richtige) Form *Duden, das Herkunftswörterbuch. Etymologie der deutschen Sprache*, 5., neu bearb. Aufl., Dudenverl., Berlin 2014. De la reconstruction indo-européenne bhili-, bhilo-, bila signifiant semblable, égal mais aussi harmonieux et amical. Julius Pokorny, *Indogermanisches etymologisches Wörterbuch. op. cit.*, p. 153–154. Il s'agit donc de « son semblable » Guus Kroonen, *Etymological dictionary of proto-Germanic*, Leiden, Brill, 2013, p. 64.

267 Fernand Braudel voit aussi une ressemblance entre Bildung et Zivilisation, bien que les mots appartiennent au vocabulaire allemand dès la fin du XVIIIème. Fernand Braudel, *Grammaire des civilisations. op. cit.*, p. 34. De plus, *ein gebildeter Mensch* peut se traduire par un *homme cultivé* ou *civilisé*.

268 Helmut K. Anheier, *Die Auswärtige Kultur- und Bildungspolitik Deutschlands im internationalen Vergleich. op. cit.*, p. 1.

269 *Ibid.*, p. 1.

270 Dieter Nohlen; Florian Grotz, *Kleines Lexikon der Politik. op. cit.*, p. 476–477.

271 Voir le discours de Karl Lamprecht de 1912 à Heidelberg. Kurt Düwell, *Zwischen Propaganda und Friedensarbeit. op. cit.*, p. 57.

272 Le terme d'auswärtige *Kultur- und Bildungspolitik* apparait dans les années 1970 (voir plus bas).

273 « Den Weg kultureller Propaganda hat Frankreich in den Jahren 1883/84 als erste europäische Nation in organisierter Form eingeschlagen. Und die übrigen Mächte Europas sind bald in unterschiedlichem Tempo gefolgt. Sie „mussten" darin folgen, wenn sie im imperialistischen Zeitalter nicht wichtige geistige und künstlerische Tätigkeitsbereiche im internationalen

allemand met lui aussi en place des stratégies de propagande ou d'expansion culturelle. Selon les six idéal-types proposés par Düwell pour dépeindre les stratégies d'action culturelle d'un État à l'étranger dans l'Histoire[274], la propagande ou l'expansion culturelle décrit une promotion planifiée de ses biens culturels (considérée comme supérieurs) en refusant, ou de manière très limitée, d'accorder aux autres nations ou groupes ethniques une influence culturelle en retour[275]. Ces stratégies s'inscrivent notamment dans le jeu de prise d'influence au niveau des colonies et ont connu une première apogée lors de la première guerre mondiale[276]. Puis, un peu comme la France après la guerre Franco-prussienne (voir plus bas), l'Allemagne se rend compte de la plus-value de la diplomatie culturelle pour compenser la débâcle militaire, politique et économique de la première guerre mondiale[277]. Elle met donc en œuvre d'autres stratégies de politiques culturelles extérieures dont le but est de « réintégrer le peuple allemand dans le système international », doctrine formulée par son ministre des affaires étrangères emblématique des années 20, Gustav Stresemann[278]. L'Auswärtiges Amt se dote alors d'un département culturel (Kulturabteilung) en 1920[279] et se sépare très brièvement de l'idée de *propagande culturelle* avec une plus grande autonomie de cette dernière à l'étranger vis-à-vis des intérêts politiques et économique ainsi qu'une volonté de réciprocités dans les échanges culturels[280]. Cela change radicalement à partir de 1933 avec l'arrivée des Nazis au pouvoir et la mise en place d'une stratégie d'impérialisme culturel, selon l'idéal-type de Düwell, c'est à dire l'utilisation des biens culturels afin de justifier la mise en place d'une politique raciale en Europe et dans le monde[281].

La chute du régime Nazi met fin aussi à cette politique d'impérialisme culturel en Europe. La République fédérale allemande ne reprend ses activités culturelles à

Wettbewerb der Mächte vernachlässigen und anderen Nationalstaaten den Vortritt lassen wollten. » *Ibid.*, p. 59.

274 1. Rayonnement culturel (kulturelle Austrahlung); 2. Auto-interprétation culturelle (Kulturelle Selbstinterpretation), 3. Expansion culturelle (Kulturelle Expansion), 4. Propagande culturelle (Kulturpropaganda), 5. Impérialisme culturel (Kulturimperialismus) et 6. Culture et développement (Kultur und Entwiklung) Kurt Düwell, *Zwischen Propaganda und Friedensarbeit*. *op. cit.*, p. 69–74 Nous verrons chacun de ces termes au cours de ce bref exposé sur l'histoire des politiques culturelles extérieures de l'Allemagne et de la France.

275 *Ibid.*, p. 69–70.

276 *Ibid.*, p. 71.

277 Hans-Christof Kraus, *Versailles und die Folgen. Die Außenpolitik zwischen Revisionismus und Verständigung (1919-1933)*, Berlin, Bebra, 1ère éd., 2009, p. 94.

278 Kurt-Jürgen Maaß, *Vielfältige Umsetzungen*. *op. cit.*, p. 47.

279 Composé de 6 sections: „1) die kulturellen Angelegenheiten der deutschen Minderheiten im Ausland sowie das evangelische Kirche- und Missionswesen; 2) die wissenschaftlichen Beziehungen zum Ausland und das auswärtige deutsche Medizinalwesen, 3) das deutsche Schulwesen im Ausland, 4) die Auslandsbeziehungen in den Bereichen von bildender Kunst, Musik, Theater, Film und Sport, 5) das katholische Missions- und Ordenswesen; 6) alle Angelegenheiten deutscher Auswanderer“ Hans-Christof Kraus, *Versailles und die Folgen*. *op. cit.*, p. 94–95.

280 Kurt Düwell, *Zwischen Propaganda und Friedensarbeit*. *op. cit.*, p. 66.

281 *Ibid.*, p. 71.

l'extérieur du pays qu'à partir des années 50 avec une volonté de changer radicalement ses modalités par rapport à avant 1945. Toujours selon les idéal-types de Düwell[282], la RFA met en place une stratégie d'auto-interprétation culturelle, visant avant tout à montrer une image « réaliste, ouverte d'une nouvelle Allemagne orientée vers l'avenir et qui a su remettre en question son passé »[283]. Ce but est poursuivi prioritairement jusqu'au milieu des années 70 dans le cadre de la *politique d'intégration occidentale* (Westintegration) formulée par le chancelier Konrad Adenauer. Cette stratégie s'accompagne d'un modèle décentralisé de l'action culturelle à l'étranger par le biais *d'organisations intermédiaires* (Mittlerorganisationen) bénéficiant d'une large autonomie[284]. Ce modèle devait permettre d'accorder une plus grande crédibilité à ces organisations en les séparant de l'action extérieure de l'État. La RFA montrait ainsi qu'elle ne renouait pas avec ce qui avait été fait à l'époque nazie.

La victoire de la coalition des socialistes et des libéraux en 1969 change profondément la direction prise par la politique extérieure. Cela commence tout d'abord avec l'*Ostpolitik*, politique visant à s'ouvrir au bloc de l'Est, puis continue avec une nouvelle conception des politiques culturelles extérieures, que Willy Brandt nomme le troisième pilier de la politique étrangère (Dritte Säule der Außenpolitik). Il place en effet la culture au même rang que la diplomatie classique et les politiques économiques extérieures[285]. Ainsi les politiques culturelles extérieures ne seraient plus au service des deux autres piliers mais auraient leurs propres enjeux[286]. L'enquête-commission du Bundestag en 1975 pose les bases fondamentales de cette nouvelle orientation politique[287]. En plus d'être considérée comme troisième pilier de la politique extérieure, la culture y est prise dans un sens large (erweiterter Kulturbegriff). Ce choix a pour conséquence d'éviter l'amalgame entre culture et Arts[288]. Il s'y développe à la fois une diversification des activités – c'est notamment à cette époque que la particule « Bildung » de l'AKPB apparait[289] – mais aussi un soutien

---

282 Kurt Düwell, *Zwischen Propaganda und Friedensarbeit*. *op. cit.*, p. 70.

283 Kurt-Jürgen Maaß, *Vielfältige Umsetzungen*. *op. cit.*, p. 41.

284 Si les organisations intermédiaires sont financées en grande partie par l'État allemand, elles disposent d'un budget automne et de larges manœuvres lors de la mise en œuvre des stratégies fixées entre elles et le ministère des affaires étrangères. Kurt-Jürgen Maaß, *Das deutsche Modell – Die Mittlerorganisationen*. *op. cit.*

285 Kurt-Jürgen Maaß, *Vielfältige Umsetzungen*. *op. cit.*, p. 48.

286 Horst Harnischfeger, *Auswärtige Kulturpolitik* in Schmidt, Siegmar (éd.), *Handbuch zur deutschen Außenpolitik*, p. 713.

287 Deutscher Bundestag, *Bericht der Enquete-Kommission Auswärtige Kulturpolitik. gemäß Beschluß des Deutschen Bundestages vom 23. Februar 1973*, Bonn, 07.10.1975, détails des buts et stratégies confirmée dans Deutscher Bundestag, *Unterrichtung durch die Bundesregierung. Stellungnahme der Bundesregierung zu dem Bericht der Enquete-Kommission „Auswärtige Kulturpolitik" des Deutschen Bundestages*, Bonn, 23.09.1977.

288 Auswärtiges Amt, *Auswärtige Kultur- und Bildungspolitik in Zeiten der Globalisierung. Partner gewinnen, Werte vermitteln, Interessen vertreten*, Berlin, 2011, p. 14.

289 « Der neben der Kultur im engeren Sinne auch Bildung und Wissenschaft sowie vor allem auch die Massenmedien und die internationale Zusammenarbeit gesellschaftlicher Gruppen umfassen, ja sogar die beim Entwicklungsministerium angesiedelte Bildungshilfe für Entwicklungsländer

aux expressions culturelles dites « populaires »[290]. L'élargissement de la notion intervient aussi à un moment où la RFA accepte le *statut quo* en Europe et reconnait la RDA (fin de la *doctrine Hallstein*[291]) et permet ainsi de représenter la « culture allemande » malgré l'existence des deux Allemagnes[292]. Enfin l'accent est mis sur une coopération mutuelle entre sociétés (et non seulement entre États) qui doit s'inscrire dans une longue durée. Cette logique va de pair avec les accords d'Helsinki en 1975 et notamment la 3ème corbeille qui prévoit une « coopération dans les domaines humanitaires et autres »[293]. L'idée de propager une « image autocritique de l'Allemagne » passe ainsi au second rang[294].

Le subtil mélange entre aide au développement et action culturelle à l'étranger est le dernier idéal-type des politiques extérieures présenté par Düwell après le rayonnement culturel (que nous verrons dans le cas de la France), l'auto-interprétation, la propagande, l'expansion et l'impérialisme culturel (que nous avons abordé plus haut)[295]. Il part d'une réflexion amorcée dans les années 80 qu'il faut compenser les relations asymétriques que provoque l'aide au développement par une coopération culturelle sur un pied d'égalité (en allemand : auf Augenhöhe)[296].

La chute du mur de Berlin, la dissolution de l'URSS, la fin de la guerre froide ainsi que la réunification allemande entrainent des conséquences sur les politiques culturelles extérieures de l'Allemagne. Ceci n'est pas lié à l'intégration de la RDA, puisqu'aucune structure et conception de son appareil diplomatique ne sont gardées après la réunification[297], mais aux opportunités qui se présentent avec l'ouverture de

---

einschließen sollte » Barthold C. Witte, *Für die Freiheit eine Gasse. Aus dem Leben eines liberalen Bürgers*, Stuttgart, Hohenheim Verl., 2003, p. 247 cité dans Kurt Düwell, *Zwischen Propaganda und Friedensarbeit*. *op. cit.*, p. 86.

290 Goethe-Institut e.V. Zentrale, *Kultur wirkt. Mit Evaluation aussenbeziehungen nachhaltiger gestalten*, München, 2016, p. 2.

291 La doctrine Hallstein était une stratégie diplomatique menaçant de rupture diplomatique tout pays reconnaissant la république démocratique allemande.

292 « Die Definition eines „erweiterten Kulturbegriffs", der die ganze Bandbreite der geistigen Werte des deutschen Volkes umfassen sollte, das Handlungsprinzip des echten Kulturaustauschs anstelle einer bloßen Selbstdarstellung und – angesichts der damaligen Existenz zweier deutscher Staaten – das Prinzip der Einheit der deutschen Nation, Sprache und Kultur. » Kurt-Jürgen Maaß, *Vielfältige Umsetzungen*. *op. cit.*, p. 48.

293 Et plus précisément, dans notre cas, « 3. Coopération et échanges dans le domaine de la culture » Conférence sur la sécurité et la coopération en Europe, *Acte Final*, Helsinki, 1975, p. 52–59.

294 Il passe plus précisément au 5ème rang Kurt-Jürgen Maaß, *Vielfältige Umsetzungen*. *op. cit.*, p. 48–49.

295 Kurt Düwell, *Zwischen Propaganda und Friedensarbeit*. *op. cit.*, p. 69–72.

296 « Im Effekt kommt Kultur damit die Aufgabe zu, die der Entwicklungspolitik zugrunde liegende *Asymmetrie* im Verhältnis zwischen Geber- und Nehmerländern durch *das Prinzip der Gegenseitigkeit* zu *kompensieren* » Sigrid Weigel, *Transnationale Auswärtige Kulturpolitik – Jenseits der Nationalkultur*. *op. cit.*, p. 17 Nous verrons plus tard que ce rapport de réciprocité est difficile à mettre en place dans la pratique (voir partie empirique, chapitre 2)

297 « Am 3. Oktober 1990 schlossen die zehn „Kultur- und Informationszentren" der DDR ihre Pforten. An eine Übernahme durch das wiedervereinigte Deutschland war von vornherein nicht gedacht, ebenso wenig wie auch das Auswärtige Amt keine Diplomaten aus dem Dienst der DDR übernahm. Auch das Herder-Institut in Leipzig, welches für die DDR ausländische Studenten für ein

l'Europe de l'Est. L'Allemagne souhaite reprendre ses marques dans une zone où l'allemand a longtemps été la *lingua franca* et qui pourrait profiter du recul du russe[298]. Aussi la *Charte de Paris pour une nouvelle Europe* en 1990 parle-t-elle d'une « culture commune européenne et [de] valeurs partagées » et invite les pays du continent à favoriser les échanges entre les individus afin de « surmonter la division du continent » [299]. La diminution progressive du budget alloué à l'AKBP amorcée à partir des années 90 oblige néanmoins une redistribution des postes en Europe. En effet, les instituts culturels créés à l'Est ont entrainé une des fermetures à l'Ouest[300]. L'idée de la propagation de valeurs par la culture qui s'impose progressivement à ce moment et qui est confirmée lors de la *Konzeption 2000* (sous l'égide de la coalition entre socialistes et écologistes) représente un changement significatif dans la conception des politiques culturelles. Il s'agit tout d'abord de *consolider la paix* – principe emprunté à l'UNESCO[301] – mais aussi de *renforcer l'Europe*. Pour cela les projets culturels doivent privilégier la qualité sur la quantité et s'adresser en particulier à la société civile et à ses *Multiplikatoren,* c'est à dire des faiseurs d'opinion[302]. La *Konzeption 2000* est poursuivie en 2011 par la coalition des chrétiens-démocrates et des libéraux [303] avec cependant un « changement de paradigme » décrié par l'opposition. En effet, cette dernière y voit une réduction de l'AKBP à une « agence communicative de la politique extérieure allemande », qui en plus des objectifs de sécurité doit servir à faire « accepter les produits allemands » au monde entier[304]. Enfin, dans le programme de la grande coalition entre chrétiens-démocrates et

---

Hochschulstudium vorbereitete und Lektoren für Deutsch bzw. Germanistik ins Ausland entsandte wurde nicht weitergeführt. » Horst Harnischfeger, *Auswärtige Kulturpolitik*. *op. cit.*, p. 715.

298 « Deutsch war im 19. und weit in das 20. Jahrhundert hinein die *lingua franca* in diesem Raum. Mit dem Wegfall des Russischen als Pflichtsprache in den Ländern des ehemaligen Ostblocks entstand die Hoffnung, dass die deutsche Sprache diese Position zurückgewinnen könnte. » *Ibid.*, p. 716.

299 « Nous reconnaissons que notre culture commune européenne et nos valeurs partagées ont contribué de manière essentielle à surmonter la division du continent. Par conséquent, nous soulignons notre attachement à la liberté créatrice, ainsi qu'à la protection et la promotion de notre patrimoine culturel et spirituel, dans toute sa richesse et sa diversité. [...] Afin de promouvoir une meilleure connaissance mutuelle entre nos peuples, nous favorisons la création de centres culturels dans les villes d'autres États participants, ainsi qu'une coopération accrue dans le domaine de l'audiovisuel et des échanges plus développés dans le domaine de la musique, du théâtre, de la littérature et des arts. Nous sommes résolus à faire des efforts particuliers dans nos politiques nationales pour promouvoir une meilleure compréhension, notamment entre les jeunes, par des échanges culturels, la coopération dans tous les domaines de l'éducation et, plus spécifiquement, par l'enseignement et la formation dispensés dans les langues d'autres États participants. » Conférence sur la sécurité et la coopération en Europe, *Charte de Paris. Pour une nouvelle Europe*, Paris, 1990, p. 9–10.

300 Horst Harnischfeger, *Auswärtige Kulturpolitik*. *op. cit.*, p. 716.

301 « Les guerres prenant naissance dans l'esprit des hommes, c'est dans l'esprit des hommes que doivent être élevées les défenses de la paix. » UNESCO, *Convention créant une Organisation des Nations Unies pour l'éducation, la science et la culture*, Londres, 16/11/1945, préambule.

302 Kurt-Jürgen Maaß, *Vielfältige Umsetzungen*. *op. cit.*, p. 49–50.

303 Auswärtiges Amt, *Auswärtige Kultur- und Bildungspolitik in Zeiten der Globalisierung*. *op. cit.*

304 Deutscher Bundestag, *231. Sitzung. Paradigmenwechsel im Konzept zur Auswärtigen Kulturund Bildungspolitik des Auswärtigen Amtes vom September 2011*, 21.03.2013, p. 28847–28862.

socialistes pour la 19ème période législative (2017-2021) le concept de concurrence des récits (en allemand : Wettbewerb der Narrativ) est mis en avant. Selon Sigrid Weigel, ce dernier remplace l'idée « concurrence des systèmes » lors de la guerre froide[305]. Il en résulte de prioriser la diffusion d'une « image réaliste » de l'Allemagne afin de « faire face à la concurrence des récits et des valeurs ainsi que de manœuvrer contre la propagation de fausses informations »[306].

Pour conclure, les stratégies de l'AKPB ont été longtemps contradictoires avec celles du *soft power,* du moins entre 1970 et 2010, ce qui a rendu leur réception outre-rhin plus difficile. Après la seconde guerre mondiale la diffusion d'une image « attractive » de l'Allemagne ne pouvait se faire qu'en passant par une autocritique de son passé récent et en montrant un visage « réaliste », et donc nuancé de son présent. Cette vision quelque peu humble est en contradiction avec l'attraction à l'américaine qui portait alors des slogans tels que « american way of life » ou « american dream ». Par ailleurs, la diffusion de cette image « réaliste » de l'Allemagne est progressivement déclassée dans la hiérarchie des objectifs de l'AKPB. Une autre contradiction vient de l'accent mis sur la réciprocité stricte des échanges culturels entre sociétés civiles prônée par l'Allemagne à partir des années 70, par comparaison au rapport plutôt asymétrique du soft power. Mais ce qui a été un frein à la réception du *soft power* dans la mise en place des politiques extérieures culturelles allemandes est l'idée de *troisième pilier de la politique extérieure* avec ses enjeux propres et non purement au service de la diplomatie classique et/ou de l'économie. Or les dernières conceptions de l'AKPB semblent l'avoir remise au service des deux autres piliers sous couvert de « concurrence des récits ». La diffusion d'une Allemagne « réaliste » semble aussi être revenue sur le devant de la scène. Ceci offre donc un terrain propice au concept de *soft power* qui n'avait que peu pénétré les stratégies de l'Allemagne en matière d'action culturelle à l'étranger. Sigrid Weigel, proposant de nouvelles orientations pour la AKBP à partir de 2020, regrette pourtant cette orientation qui « contredit la compréhension de la culture par AKBP basée sur le dialogue et sur les échanges mutuels et coopératifs d'égal à égal [...] Les politiques culturelles extérieures sont bien plus sérieuses que le soft power, la cultural diplomacy ou la concurrence des récits. Lorsqu'il s'agit de faire la médiation de valeurs démocratiques fondamentales, les expériences vécues dans une vraie démocratie sont bien plus convaincantes et durables que les récits. »[307]

---

[305] Sigrid Weigel, *Transnationale Auswärtige Kulturpolitik – Jenseits der Nationalkultur. op. cit.*, p. 28.

[306] CDU; CSU; SPD, *Ein neuer Aufbruch für Europa; Eine neue Dynamik für Deutschland; Ein neuer Zusammenhalt für unser Land. Koalitionsvertrag zwischen CDU, CSU und SPD. 19. Legislaturperiode* in « », p. 154.

[307] Sigrid Weigel, *Transnationale Auswärtige Kulturpolitik – Jenseits der Nationalkultur. op. cit.*, p. 31.

1.3.3. France

Contrairement à l'Allemagne, la diplomatie française a eu une plus grande réceptivité au terme de *soft power* – le *pouvoir mou* – dans sa conception. Cette réception est liée au fait qu'elle s'inscrit dans l'idée de *rayonnement culturel* pratiqué depuis l'ancien régime. Les réflexions qui en découlent aboutissent néanmoins à l'idée de *diplomatie d'influence* qui diffère légèrement de ces anciennes pratiques.

Le terme de *soft power* – le pouvoir mou – a laissé place à différentes traductions dans les comptes rendus scientifiques ou institutionnels écrits en langue française, par exemple « puissance douce »[308] ou « pouvoir de convaincre »[309]. Dans la plupart des cas le terme n'est pas traduit[310]. La difficulté de la traduction du terme vient du fait que *power* et *soft* peuvent s'interpréter de manière différente en français. *Power*[311] peut désigner le *Pouvoir* au sens institutionnel[312], représentant le monopole de la coercition légale[313], une *puissance* : un pays dont ses capacités militaires, économiques et diplomatiques lui permettent d'être influent sur l'échiquier politique mondial[314], mais aussi le *pouvoir* au sens relationnel[315], c'est à dire l'influence d'une personne dans une relation particulière. Enfin, *soft* peut être interprété comme quelque chose de doux, d'agréable[316] mais aussi de mou, de flexible, de malléable[317]. S'inscrivant dans le contexte des relations internationales, le mot *power* ne peut se traduire par *Pouvoir* au sens institutionnel puisqu'il n'existe aucune institution possédant le monopole de la coercition légale au niveau international[318]. Si le *soft power* représente bien la capacité d'un pays à influencer les cours des évènements internationaux en agissant sur les différents acteurs, il ne désigne pas les États qui « en possèderaient une grande quantité »[319] mais le phénomène existant entre les acteurs.

---

308 Daniel Haize, *La diplomatie culturelle française : une puissance douce?* in « Ceriscope » 2013.

309 Commission générale de terminologie et de néologie, *Vocabulaire des relations internationales. Termes, expressions et définitions publiés au Journal officiel*, 2014, p. 35.

310 Philippe Lane, *Présence française dans le monde. L'action culturelle et scientifique*, La Documentation française, 2016; Anne Gazeau-Secret, *Pour un "soft power" à la française : du rayonnement culturel à la diplomatie française* in « l'ENA hors des murs » n°n°399 2010; Frédéric Martel, *Culture : pourquoi la France va perdre la baitaille du « soft power »*, 2010.

311 « the capacity or ability to direct or influence the behavior of others or the course of events. » Catherine Soanes; Judy Persall, *Oxford dictionary of English*, 2. ed., rev, Oxford Univ. Pr, Oxford 2005 *Power n. 2*. Traduction de l'auteur

312 *Ibid.*, power n. 2a, 2b.

313 Philippe Braud, *La science politique*, Paris, Presses universitaires de France, 1982, p. 10.

314 Catherine Soanes; Judy Persall, *Oxford dictionary of English*. *op. cit.*, power n. 2c, 2d.

315 *Ibid.*, power n. 2e.

316 *Ibid.*, soft adj. 2.

317 *Ibid.*, soft adj. 1.

318 Stephan Hobe; Otto Kimminich, *Einführung in das Völkerrecht*, Tübingen, Stuttgart, Francke; UTB, 10ème éd., 2014, p. 155.

319 Selon Joseph Nye, le soft power est en effet intangible, non mesurable. Joseph S. Nye, Jr., *Soft Power*. *op. cit.*, p. 164.

Il serait donc plus juste de traduire le mot *power* par *pouvoir* au sens relationnel[320]. Bien qu'il agisse dans un contexte de paix, l'adjectif *soft* dans *soft power* ne fait pas référence à quelque chose de doux ou d'agréable[321]. *Soft* désigne plutôt le *mou* pour deux raisons : 1) dans sa manière d'agir qui est flexible, qui pénètre partout et 2) à cause de l'objet sur lequel il agit, l'esprit des Hommes, qui est malléable. Nous verrons ainsi dans les limites conceptuelles du *soft power* que le *pouvoir mou* est en réalité un pléonasme.

Pendant longtemps, et encore aujourd'hui pour certains acteurs[322], le rayonnement culturel était le concept clé de l'action culturelle de la France à l'étranger. Ses pratiques remontent à l'Ancien Régime[323]. L'idée de rayonnement traduirait d'ailleurs bien un *Zeitgeist*[324] du roi Soleil au siècle des lumières, fondateur des premières bases de l'action culturelle et scientifique de la France[325]. Aussi Talleyrand expliquait-il aux ambassadeurs que leur mission était de « faire aimer la France »[326]. La nation française avait alors avec la déclaration des droits de l'homme et du citoyen un message révolutionnaire à faire passer (celui-ci se transformant en message chrétien-français pendant la restauration) qu'elle considérait comme sa *mission civilisatrice*[327]. La mise en place d'un dispositif moderne d'action culturelle après la défaite de Sedan en 1870 vient compenser le déclin relatif de la France sur la scène internationale. Elle est alors pionnière dans ce domaine et les autres pays européens, comme nous l'avons vu plus haut avec l'Allemagne, vont la suivre à leur manière[328]. Le terme de rayonnement par défaut, lorsqu'il ne reste plus que la culture comme facteur de puissance[329], pour la France de la fin du XIXème siècle est toutefois exagéré et convient mieux à l'Allemagne

---

320 Cela rejoint la définition du pouvoir qui sera abordée lors du deuxième chapitre de cette partie qui se base entre autres sur Max Weber et Michel Foucault. V.Feklyunina propose aussi d'étudier le *soft power* en tant que pouvoir relationnel. Valentina Feklyunina, *Soft power and identity*. *op. cit.*, p. 775.

321 Janice B. Mattern, *Why `Soft Power' Isn't So Soft: Representational Force and the Sociolinguistic Construction of Attraction in World Politics*. *op. cit.*

322 D'après un sondage de la Cour des comptes en 2013, 14% des postes ont répondu que le rayonnement était le but principalement visé par leur action culturelle dans leur pays de résidence. Il s'agit du deuxième plus haut score, à égalité avec la coopération culturelle. En revanche 52% des postes ont répondu qu'il s'agissait de l'influence. 10% ont répondu « attractivité », 7 % « échanges économiques », 2% « diversité culturelle » et 1% « débat d'idées. Cour des comptes de l'Assemblée nationale, *Rapport : Le réseau culturel de la France à l'étranger*, September 2013, p. 17.

323 Philippe Lane, *Présence française dans le monde*. *op. cit.*, chapitre 1.

324 Esprit de l'époque, terme popularisé par Herder.

325 « Ce XVIIIème siècle fonde véritablement l'action culturelle et scientifique de la France dans le monde: passant de la Lumière (plan divin) aux Lumières (plan humain), le perfectionnement de l'humanité se nourrit de ces échanges intellectuels, scientifiques et culturels entre les nations » *Ibid.*, p. 17.

326 François Chaubet; Laurent Martin, *Histoire des relations culturelles dans le monde contemporain*, Paris, Armand Colin, 2011, p. 117. Je remercie Clémence Théveniau pour la référence.

327 Horst Harnischfeger, *Auswärtige Kulturpolitik*. *op. cit.*, p. 713 Conception qu'elle n'a abandonné que dans les années 1980 selon l'auteur.

328 Kurt Düwell, *Zwischen Propaganda und Friedensarbeit*. *op. cit.*, p. 59.

329 François Chaubet, *Rôle et enjeux de l'influence culturelle dans les relations internationales*. *op. cit.*, p. 96.

après la première ou le Japon après la seconde guerre mondiale[330]. La particularité de la France est d'allier des structures associatives (l'Alliance Française est créée en 1883) au volontarisme de l'État, notamment à partir de la création du Bureau des Écoles et Œuvres françaises à l'étranger au Quai d'Orsay en 1910 qui soutient dans un premier temps les initiatives privées et religieuses en dehors de la métropole. Le rayonnement de la France ne s'applique pas seulement à renforcer la langue et la culture française parmi les élites des autres nations, il s'agit aussi de regrouper « les amis de la France » dans les pays étrangers[331]. Ces réseaux humanistes seront activés à des fins de propagande lors de la première guerre mondiale[332]. À son lendemain, les « habitudes volontaristes » de l'État en sortiront renforcées[333]. L'action culturelle de la France à l'étranger semble alors, du moins dans les discours, correspondre à une logique propre avec des enjeux intrinsèques et non pas directement lié à des enjeux économiques et politiques comme c'est le cas en Allemagne après la Grande Guerre. Aussi l'idée de rayonnement culturel [à la française] est-elle par nature asymétrique et non stratégique[334]. Le discours du Général De Gaulle à Alger en 1943 marque une première rupture avec cette tradition et prône le fait que seul l'échange avec les autres permet « d'étendre notre influence culturelle à l'avantage de tous »[335]. Ce discours annonce une transition progressive d'un principe de *rayonnement* à une *diplomatie d'influence* tout au long de la seconde moitié de XXème siècle jusqu'à nos jours.

Au lendemain de la seconde guerre mondiale la diplomatie culturelle gagne en importance. Cela est encore lié au déclin relatif de la France sur la scène internationale. Une direction générale des relations culturelles et des œuvres françaises à l'étranger est créée au sein du ministère des Affaires Étrangères avec la création de nombreux conseillers culturels. Le dispositif de son action culturelle connait à la fois une expansion géographique (notamment liée à la décolonisation), avec une multiplication d'instituts et de centres culturels ainsi que d'Alliances Françaises partout dans le monde, mais aussi une diversification de ses compétences, notamment avec une intégration de la composante technique, scientifique au cours des années 60-70[336]. Une volonté de modernisation du dispositif est illustrée par le rapport Rigaud en 1979 sur trois points : professionnalisation, échanges et médias. Notamment la deuxième composante semble vouloir « proclamer la fin d'un rayonnement unidirectionnel [...]

330 Philippe Lane, *Présence française dans le monde. op. cit.*, 27.
331 *Ibid.*, p. 19.
332 *Ibid.*, p. 20.
333 *Ibid.*, p. 20.
334 Anne Gazeau-Secret, *Pour un "soft power" à la française : du rayonnement culturel à la diplomatie française. op. cit.*, p. 1.
335 *Discours et message*, tome I, club français des bibliophiles, Paris, 1971 cité dans Philippe Lane, *Présence française dans le monde. op. cit.*, p. 22.
336 Avec la création en 1969 de la direction générale des relations culturelles, scientifiques et techniques. *Ibid.*, p. 23.

et mettre en place un système de partenariat »[337]. Enfin, l'introduction des médias et de l'audiovisuel rompt avec la vision élitiste de l'action culturelle à l'étranger pour s'adresser à un public plus large. L'époque charnière de 1989-1991, permet aussi à la France de développer son activité culturelle dans les pays de l'ancien bloc soviétique. Comme l'Allemagne elle associe son action culturelle à l'aide au développement[338]. Or à l'avènement du concept de soft power les politiques culturelles extérieures de la France sont floues : sur le papier le concept de rayonnement figure encore au côté d'échanges réciproques de manière parfois contradictoire[339] et l'imbrication entre culture, économie et diplomatie classique est mal saisie[340]. Sur le terrain les réseaux Instituts français et Alliances françaises souffrent d'incompréhension, même de rivalités[341] et la diminution budgétaire depuis les années 90 se fait sentir sur tout le réseau[342].

C'est dans ce contexte, vers la fin des années 2000 et le début des années 2010, qu'apparait le terme de diplomatie d'influence afin de répondre à un renouvèlement de l'action culturelle extérieure. Il est clairement le fruit d'une émulation parmi les politologues et au sein du ministère des affaires étrangères sur le concept de *soft power*[343]. Tout d'abord la diplomatie d'influence se veut en rupture avec le côté « vague, cache misère, [...] trop indifférencié et non stratégique »[344] du concept de rayonnement. Ainsi la *diplomatie d'influence* se doit de regrouper dans une stratégie d'ensemble à la fois les aspects économiques, scientifiques, éducationnels et culturels d'une politique d'attraction, du « désir de France »[345]. Ensuite elle doit cibler non

337 Robin Brown, *Alternatives to Soft Power. Influence in French and German external cultural action* in Chitty, Naren (éd.), *Routledge handbook of soft power*, p. 42.

338 Notamment à partir de 1999 avec la transformation de la Direction Générale des Relations Culturelles, Scientifiques et Techniques en Direction Générale de la Coopération Internationale et du Développement en 1999 puis en Direction-Générale de la Mondialisation, du Développement et des Partenariats en 2009, *Ibid.*, p. 41 En 2015 elle devient Direction Générale de la mondialisation, de la culture, de l'enseignement et du développement international. Philippe Lane, *Présence française dans le monde. op. cit.*, p. 25.

339 Ainsi le livre blanc établi par Alain Juppé et Louis Schweitzer en 2008 propose l'objectif délicat d'« assurer la présence des idées, de la langue et de la culture françaises tout en servant la diversité culturelle » tout en prévenant : « il n'y a pas de rayonnement unilatéral dans le monde global mais des influences réciproques, des aspirations à aller vers d'autres sources de savoir et de culture ; pas non plus de rayonnement sans idées: c'est d'abord le débordement spontané de la création et de la recherche qui compte. Les modes de projection de nos idées, de notre langue et de notre culture doivent partir de ces deux réalités ; elles doivent aussi évoluer. » Alain Juppé; Louis Schweitzer, *Livre blanc sur la politique étrangère et européenne de la France. 2008-2020*, 2007, p. 32.

340 D'où l'apparition de terme de diplomatie d'influence dans les années 2010 qui s'inscrit dans des enjeux plus globaux. Voir supra.

341 Marie-Christine Kessler, *La diplomatie culturelle. op. cit.*, p. 267.

342 François Chaubet; Laurent Martin, *Histoire des relations culturelles dans le monde contemporain. op. cit.*, p. 138–139.

343 Philippe Lane, *Présence française dans le monde. op. cit.*, p. 27.

344 Nicolas Tenzer, *La diplomatie d'influence sert-elle à quelque chose ?* in « Revue internationale et stratégique » n°89 2013, p. 1.

345 Xavier Darcos, *Qu'est-ce que l'action culturelle française à l'étranger*, 2011.

seulement des zones géographiques stratégiques, comme les BRICS[346], mais aussi les décideurs et les leaders d'opinion dans ces zones. Enfin la diplomatie d'influence doit être « une politique qui se nourrit du monde »[347] et pas seulement une action unilatérale *vers* ce dernier. Ces réflexions vont aboutir à des réformes et des changements de directions de la part du ministère des Affaires étrangères (et européennes, selon l'intitulé de l'époque). Ainsi l'intitulé du programme budgétaire 185 du MAE va passer de « rayonnement culturel et scientifique » à « diplomatie culturelle et d'influence » en 2011[348]. Et en 2010 la France se dote de nouveaux instruments pour mettre en place sa diplomatie d'influence avec la création de trois opérateurs sur le sol national : l'Institut Français, Campus France et Expertise France ainsi que la création d'une identité commune pour le réseau à l'étranger : L'Institut Français[349]. Toutefois elle ne souhaite pas « couper le cordon ombilical entre les ambassades et le réseau culturel », proposition revendiquée par certains scientifiques, dont Frédéric Martel[350]. Ceci rejoint l'idée d'une diplomatie répondant à des enjeux globaux indissociables des actions d'une ambassade[351]. Un autre point évoqué est celui de plus s'appuyer sur la *francophonie*[352]. Il s'agit d'une « carte maitresse que la France n'a guère réussi à jouer jusque-là »[353], parfois boudée par « crainte d'être taxée de néocolonialisme »[354]. Pourtant elle serait un atout considérable pour faire passer le message de diversité culturelle soutenu par la France[355]. Enfin la France, comme l'Allemagne, souhaitent s'appuyer sur un réseau culturel européen, encore jeune, afin de démultiplier leurs dispositifs d'influence[356].

---

346 Brésil, Russie, Inde, Chine et Afrique du Sud.

347 Nicolas Tenzer, *La diplomatie d'influence sert-elle à quelque chose ? op. cit.*, p. 4.

348 Cour des comptes de l'Assemblée nationale, *Rapport : Le réseau culturel de la France à l'étranger. op. cit.*, p. 27.

349 République française, *Loi n°2010-873 relative à l'action extérieure de l'Etat (1)*, 27 juillet 2010 ordonnant la création de l'Institut Français, Campus France et Expertise France.

350 Ancien attaché culturel aux États-Unis. Frédéric Martel, *Culture : pourquoi la France va perdre la baitaille du « soft power ». op. cit.*

351 Philippe Lane, *Présence française dans le monde. op. cit.*, p. 34.

352 Le passé de la France, ancienne puissance coloniale, a fait qu'en dehors du sol national, le français est la langue officielle de 32 États et gouvernements : c'est la francophonie. il est parlé par environ 300 millions de locuteurs sur les cinq continents. En 2070 des prévisions annoncent le nombre de locuteur à environ 750 millions, essentiellement en Afrique : c'est l'espace ou le monde francophone. L'organisation internationale de la Francophonie est née en 1970 et regroupe 54 États et gouvernements membres et 27 États observateurs. Elle organise des sommets de la Francophonie, coopère avec l'audiovisuel francophone international (TV5 monde, RFI) et l'agence universitaire francophone : c'est la Francophonie. Organisation Internationale de la francophonie, *La langue française dans le monde. 2015-2018*, Paris, Gallimard, 2019.

353 François Chaubet; Laurent Martin, *Histoire des relations culturelles dans le monde contemporain. op. cit.*, p. 139.

354 *Ibid.*, p. 139.

355 Julia Kristeva-Joyaux, *Le message culturel de la France et la vocation interculturelle de la francophonie*, 2009.

356 Notamment avec le réseau EUNIC (European Union National Institutes for Culture) que nous verrons dans le chapitre 4 de la partie empirique.

Mais qu'est-ce que l'influence dans les relations internationales ? Les partisans de cette diplomatie d'influence ne l'expliquent guère. Dans l'étude des relations internationales le terme est pris soit comme quelque chose d'évident, ou bien confondu avec la notion de pouvoir[357]. Aussi Niklas Luhmann dans son essai sur le pouvoir nous met-il en garde à ne pas confondre pouvoir [mou[358]] et influence au risque de noyer le premier dans « un vaste et vague processus d'influence »[359]. Le mot allemand *Einfluss* est plus clair que celui d'influence en français, pourtant leur construction est la même : la particule ein/in signifie le fait de pénétrer quelque chose et Fluss/ fluence reprend l'idée d'un liquide qui s'écoule (fluere)[360]. Au haut moyen-âge le terme d'influence, emprunté au latin médiéval *influentia,* était une notion d'astrologie : ce sont les astres qui agissent sur [l'esprit] des hommes ou des choses et changent leur destinée. Quelque temps plus tard, à la fin du XIIIème siècle, la notion inclut les hommes comme pouvant être à la base de ce phénomène et à la fin du XVIIIème siècle elle inclut des « autorités politiques, intellectuelles [...], pays ou civilisation »[361]. Les *flux* qui s'écoulent ici ont une nature quasi divine, même lorsqu'ils s'appliquent aux hommes : celui qui influence porte une certaine aura, il *rayonne*. L'*informational turn* en philosophie (2nd moitié du XXème siècle) retire cet aspect divin à l'influence en parlant de *flux d'information* d'un émetteur à un récepteur[362]. Ces derniers ont une *fonction perlocutoire*, d'après la

---

357 Une brève explication est donnée par Bastien Nivet : « La notion d'influence en relations internationales a pour fragilité une proximité indéniable avec celle, archi-dominante, de puissance. Pour autant, les deux notions ne relèvent pas des mêmes méthodes, outils et dynamiques, ni ne véhiculent la même symbolique en tant que fragment de discours politique ou objet de recherche académique. Là où la puissance définit des leviers d'intervention classiques (l'économie, la diplomatie, la puissance militaire) utilisés de façon directe, voire coercitive, l'influence définit de façon plus souple la capacité d'un acteur à faire triompher ses vues ou à produire du changement par des outils alternatifs (le rayonnement, la culture, l'image) utilisés de façon non coercitive voire indirecte. Puissance et influence sont pourtant souvent employées de façon interchangeable. » Bastien Nivet, *La puissance ou l'influence*. *op. cit.*, p. 83.

358 Niklas Luhmann disait à ce propos toute forme de violence (hard power) n'est pas une manifestation du pouvoir mais une expression de son échec. Niklas Luhmann, *Soziologische Aufklärung 4. Beiträge zur funktionalen Differenzierung der Gesellschaft*, Wiesbaden, VS Verl. für Sozialwiss, 5ème éd., 2018, p. 119.

359 « Eine oft zu beobachtende Überfrachtung des Machtbegriffes mit Merkmalen eines sehr breit und unbestimmt gefaßten Einflussprozesses [ist] zu vermeiden. » Niklas Luhmann, *Macht*, Konstanz, München, UVK-Verl.-Ges; UVK/Lucius, 4ème éd., 2012, p. 11.

360 Félix Gaffiot; Pierre Flobert, *Le grand Gaffiot*. *op. cit.*, p. 816.

361 Ca. 1240 « sorte d'écoulement, de flux censé provenir des astres et agir sur les hommes et les choses » la devine inflüence (Epître S. Jerôme, 1552 ds T.-L.) fin XIIIes. (ms.) « action lente et continue exercée par une personne, une chose sur une autre personne ou chose » influence de devocion (Raymond Lulle, Evast et Blaquerne, éd. A. Llinares, p. 146) ; en partic. a) 1780 « autorité, prestige » (Linguet, [Annales pol. civiles et litt.] ix, 38 ds Gohin, p. 296); b) 1793 « autorité politique ou intellectuelle acquise par un pays, une civilisation... à une époque donnée » l'influence française (Staël, Lettr. L. de Narbonne, p. 541); 3. 1814 phys. « effet produit à distance » influence électrique (Bern. de St-P., Harm. nat., p. 362). Empr. au lat. médiév. influentia « action attribuée aux astres sur la destinée des hommes », 1241 ds Latham, lui-même dérivé de influere, v. influer Centre National de Ressources Textuelles et Lexicales. *op. cit.*, influence.

362 Ivana Marková, *Influence et dialogicité* in « Bulletin de psychologie » n°5, 5 / 2011, p. 391.

théorie d'Austin, puisqu'ils poussent de manière implicite le récepteur à agir[363]. Toutefois la relation entre source et cible, bien que souvent asymétrique[364], n'est jamais à sens unique. Il existe toujours un *feedback* : le récepteur influence l'émetteur en retour par ses agissements ou ses résistances[365]. L'émetteur peut bâtir une sorte de *membrane semi-perméable*, métaphore biologique pour illustrer un mélange de flux asymétrique[366] : il fait ainsi circuler les flux d'information vers le récepteur mais n'accepte pas de se laisser influencer en retour (le feedback est en revanche inévitable). Au contraire, le principe de *dialogue* et d'échange offre une réciprocité de l'influence par un mélange de flux symétrique. Il ne faut néanmoins pas ignorer les rapports de force qui existent dans un dialogue, même le plus honnête : une réciprocité parfaitement symétrique est utopique[367]. Pour résumer, nous pouvons dire ici que l'influence est un mélange de flux d'information à fonction perlocutoire entre des sujets qui oscille entre unilatéralité et réciprocité symétrique (l'un ou l'autre pôle n'étant jamais atteignable). Le terme influence dans les relations internationales peut évidemment faire référence à un dialogue culturel équilibré dans le but « d'étendre notre influence culturelle à l'avantage de tous » comme le prononça De Gaulle[368]. Or il a été aussi employé pour désigner un partage géographique entre *zones/sphères d'influence*, notamment avec la doctrine Monroe, lors du protocole secret du pacte germano-soviétique, ou par la notion d'*étranger proche*.

En conclusion, le *soft power* a exercé une influence particulièrement importante sur la conception des politiques culturelles extérieures de la France, sa réception débouche sur la notion de *diplomatie d'influence*. Il a pu s'imposer plus facilement au Quai d'Orsay qu'à l'Auswärtiges Amt pour plusieurs raisons. Tout d'abord il s'accorde bien avec le concept de rayonnement culturel, idée française de l'action culturelle à l'étranger que la France n'a jamais réellement abandonnée. Ensuite il apparait à un moment où la France cherche son *message culturel*[369] et est confrontée à une nécessité de restructuration de son dispositif culturel à l'étranger. Or, ce qui est parfois tu dans

---

363 « Saying something will often, or even normally, produce certain consequential effects upon the feelings, thoughts, or actions of the audience, or of the speaker, or of other persons: and it may be done with the design, intention, or purpose of producing them. [...] We shall call the performance of an act of this kind the performance of a *perlocutionary* act or *perlocution* » John. L. Austin, *How to Do Things with Words*, Oxford, Oxford University Press, 1962, p. 101

364 Ivana Marková, *Influence et dialogicité*. *op. cit.*, p. 391.

365 Le principe de *feedback* a été initié par Norbert Wiener pendant les années 1940. Il s'agit d'un postulat que l'émetteur reçoit toujours un feedback du récepteur dans une communication. Frederick Adams, *The Informational Turn in Philosophy* in « Minds and Machines » n°13 2003, p. 473.

366 Adrien Houguet, *The Intercultural Shaping of Intelligentsia's representations of the world. as an appropriate approach for an efficient foreign cultural policy* in « ACC Journal, Liberec » 2018, p. 36.

367 Voir chapitre 3 de cette partie

368 Vu plus haut dans Philippe Lane, *Présence française dans le monde*. *op. cit.*, p. 23.

369 Julia Kristeva-Joyaux, *Le message culturel de la France et la vocation interculturelle de la francophonie*. *op. cit.*

les discussions autour du *soft power* chez les politologues français c'est qu'il est « américain » et donc détaché du volontarisme étatique tel qu'il existe en France[370]. Il est ainsi peu pertinent pour ce pays qui s'est fait défenseur de la *diversité culturelle*. De plus, le concept de *diplomatie d'influence* semble problématique pour deux raisons : d'un côté le terme d'influence, même s'il peut être réciproque, a une connotation asymétrique. D'un autre côté, elle a tendance à mettre l'action culturelle à l'étranger *au service* d'une diplomatie globale, reléguant au second plan les logiques et les enjeux propres aux échanges culturels : la primauté de la qualité artistique dans le cadre de manifestations culturelles ou de l'intensité du moment partagé lors de rencontre entre individus de différentes cultures par exemple. Ainsi les politiques culturelles de l'Allemagne et la France ont tout intérêt à imposer une conception alternative au soft power, basée sur le *dialogue interculturel*[371], qu'elles avaient déjà entamée tout au long de la seconde moitié du XX^{ème} siècle et qui mérite d'être affinée.

[370] « En définitive, le concept de « soft power » – parfois flou et quelque peu attrape-tout – apparaît propre au modèle de structuration des États-Unis, où il reste pertinent. [...] Mais en inventant un concept intrinsèquement américain, l'ancien secrétaire adjoint à la Défense de l'administration Clinton, a aussi fait d'une pierre deux coups. Il a défini un concept majeur qui résume parfaitement la stratégie américaine et son efficacité et, ce faisant, il a aussi montré que l'expression même de « soft power » est, paradoxalement, elle-même un élément du « soft power » américain. C'est sa plus grande victoire. » Frédéric Martel, *Vers un soft power à la francaise*. *op. cit.*, p. 71.

[371] Robin Brown, *Alternatives to Soft Power*. *op. cit.*

2. LIMITES DU SOFT POWER

Dans le chapitre précédent nous avons finalement très peu parlé du concept de soft power en soi. Le but était avant tout de montrer qu'il s'inscrit non seulement dans le champ lexical de la propagande[1], mais qu'il existe aussi une certaine continuité entre les recherches sur cette dernière, sur les relations publiques, sur la diplomatie publique et culturelle ainsi que sur le soft power. Chercher à séparer les termes par des définitions soit trop vagues, soit trop restreintes se serait avéré contreproductif pour saisir le phénomène contenu dans ces notions malgré les légères nuances qu'elles proposent. Nous avons vu plus haut que la multiplication des termes employés est liée à une certaine forme de tabou : le mot « propagande » étant devenu exclusivement connoté de manière négative, il fallait adopter d'autres termes pour désigner ses propres pratiques d'information ou de persuasion afin de combler un vide conceptuel. En revanche, il est toujours en vigueur pour discréditer les techniques de (des)informations et d'endoctrinement mises en place par un adversaire politique.

Cette conclusion du chapitre précédent montre donc une première limite conceptuelle du soft power : il ne s'agit pas d'un concept original qui décrirait un phénomène nouveau[2]. Il est d'ailleurs probable que le terme connaisse le même sort que celui de propagande, quelques furent les intentions de son créateur. En effet,

---

[1] Les termes utilisés dans le précédent sous-chapitre présentent une liste non-exhaustive du champ lexical de la propagande : 0. Soft power, Attraction, Speak softly ; 1.1. Deuxième visage du pouvoir (fixer l'ordre du jour / mobiliser les biais cognitifs), troisième visage du pouvoir (d'assurer la complaisance volontaire), quatrième visage du pouvoir (subjectivisation), pouvoir sur les opinions ; 1.2. Normative power, civilian power, social power, cosmopolitan power, representational forces; 2.1. Propagande, mission, catéchisme, éducation, réputation, renommée, opinion publique, propagande de masse / sur les foules, publicité/réclame, agitation, information, désinformation, guerre psychologique, discorde (yongsi), bourrage de crâne, propagande noire, grise, blanche, relations publiques, appareil idéologique de l'État, lavage de cerveau, viols/tortures psychologiques, opérations psychologiques, radicalisation, fake news, influencer marketing ; 2.2 Diplomatie publique, contre-propagande, paradiplomatie, G2P/P2P diplomacy, diplomatie 2.0, diplomatie digitale, news management, communication symétrique/asymétrique, track II diplomatie, diplomatie parallèle ; 2.3 Nation branding, image de marque, management d'identité, management de réputation, event marketing, relationship marketing ; 3.1 Politiques culturelles extérieures, relations culturelles, exportation (importation) de produits culturels, transferts culturels, diplomatie culturelle, action culturelle extérieure ; 3.2 Auswärtige Kultur- (und Bildungs)politik, concurrence des récits, troisième pilier de la politique extérieure, expansion culturelle, propagande culturelle, impérialisme culturel, auto-interprétation culturelle, propagation de valeurs, politique/relation humanitaire, aide au développement et culture, agence communicative de la politique extérieure, acceptation [de produits], american dream/way of life ; 3.3 Rayonnement culturel, pouvoir mou, pouvoir de convaincre, puissance douce, mission civilisatrice, rayonnement par défaut, se faire des amis à l'étranger, influence, diplomatie d'influence, zones d'influence, message culturel, semi-perméabilité, diplomatie globale, dialogue interculturel.

[2] Nancy Snow disait à ce propos: « soft power is a new concept for an old habit » Nancy Snow; Philip M. Taylor, *The new public diplomacy handbook*. *op. cit.*, p. 4.

Joseph Nye tente dans ses plus récents articles de séparer son concept de celui de *sharp power*, une version négative du soft power pratiquée par les régimes autoritaires dont le but est de diviser l'opinion publique d'un pays ciblé[3]. Cette démarche montre bien que le politologue américain n'est plus seul maitre du destin de son concept[4] et qu'il s'efforce, à la manière de Sisyphe et son rocher, de sortir le terme de soft power d'une trajectoire plus sombre, où il serait associé aux informations malveillantes, aux racolages de certaines élites ou à un instrument d'agitation visant à déstabiliser une société. Faudra-t-il alors trouver un nouveau terme pour désigner les pratiques d'influence ?

Après cette approche historique qui nous a permis d'élargir l'horizon de l'idée contenue dans la notion de soft power, passons à une approche pratique et conceptuelle pour mieux comprendre ce dernier et en dégager d'autres limites. Selon Nye, le *soft power* est opposé au *hard power* : si le premier signifie la capacité de faire en sorte que les autres veulent ce que nous voulons, le second s'applique à faire en sorte que les autres fassent ce que nous voulons[5]. Toutefois, cette définition a connu une légère évolution de la part de son auteur entre 1990 et 2010. Aussi, dans un souci de structuration, nous analysons le soft power par trois définitions du pouvoir [social] : en tant qu'influence potentielle, en tant qu'influence effective et en tant que maitrise des réactions [de l'autre][6]. Ainsi, si Nye se focalise avant tout sur l'aspect relationnel du soft power, il met aussi le focus sur les ressources du soft power (pouvoir en tant qu'influence potentielle). Son approche est avant tout centrée sur l'agent du soft power et sa capacité d'attraction (pouvoir en tant qu'influence effective) et moins sur le sujet du pouvoir et ses préférences (pouvoir comme maitrise des réactions). Il peut s'interpréter comme une approche qui fonctionne de manière asymétrique voire unilatérale et qui ne tient pas assez en compte les spécificités des différents pays. Le soft power n'est finalement pas applicable dans la pratique : outre son manque d'efficience, cette approche entraine des résistances de la part du pays qui se sent lésé sur long terme, réclamant un échange d'égal à égal. Les pratiques politiques mentionnées plus haut dans le cas de l'Allemagne et de la France sont sur ce point plus en avance sur le concept théorique, puisqu'elles prônent une meilleure prise en compte de l'autre.

Nous passons ensuite à une approche purement conceptuelle en étudiant la relation entre hard power et soft power. En effet, peut-on dire qu'il existe une partie « molle » et une « dure » du pouvoir ? De plus, « faire en sorte que les autres veulent ce que nous

---

3 Joseph S. Nye, Jr., *Soft Power and Public Diplomacy Revisited* in Melissen, Jan.; Wang, Jian. (éd.), *Debating public diplomacy. Now and next*, p. 3.
4 Joseph S. Nye, Jr., *Soft power. op. cit.*, p. 3
5 Joseph S. Nye, Jr., *Soft Power. op. cit.*, p. 164.
6 Fiske, Susan T., Berdahl, Jennifer, *Social power* in Higgins, Edward Tory; Kruglanski, Arie W. (éd.), *Social psychology. Handbook of basic principles*, p. 678–679.

voulons » peut signifier deux choses. S'agit-il de faire en sorte que les autres fassent preuves de complaisance volontaire et systématique face à nos décisions ? Ou de faire en sorte que les autres aspirent à la même chose que nous ? Enfin, le hard power et le soft power ne s'inscriraient-ils pas dans une même stratégie ou l'on aurait confondu la finalité et les buts du pouvoir ? Pour répondre à ces interrogations il nous faut introduire la notion de *pouvoir-modelage* qui part d'une métaphore originale du mot pouvoir : celui du pétrissage.

2.1. LIMITES PRATIQUES

Les études contemporaines du pouvoir dans les relations internationales mentionnent en règle générale deux pôles opposés : le *hard power,* représentant la puissance militaire et économique et le *soft power* qui serait une autre forme de pouvoir[7]. Selon Nye il s'agit de « la capacité de faire en sorte que les autres pays veulent ce qu'un pays veut, contrairement au hard power qui est la capacité d'ordonner aux autres de faire ce que le pays veut »[8]. Ceci représente la définition originale que Nye applique à son concept en 1990. Cependant elle évolue au fur et à mesure du succès et des critiques du terme[9]. En 2004, elle devient « la capacité d'avoir ce que vous souhaitez par l'attraction plutôt que par la coercition ou les paiements », contrairement au hard power[10]. Il fait ainsi de l'attraction le mécanisme principal du soft power. Or certaines critiques lui reprochent le fait que le pouvoir militaire et économique produit aussi une forme d'attraction[11]. De plus, Nye s'efforce d'inscrire son concept dans le débat des trois ou quatre aspects du pouvoir, que nous avons brièvement mentionnés plus haut[12]. Ainsi, il définit en 2011 le soft power de la manière suivante : « La capacité d'affecter les autres afin d'obtenir les réactions souhaitées en utilisant des moyens de coopération, tels que le fait de fixer l'ordre du jour (agenda-setting), de persuader et d'attirer de manière positive »[13]. Il parachève ainsi son concept avec l'introduction du *smart power* : puisque la puissance militaire et économique joue aussi un rôle dans l'attraction d'un pays, il faut mettre en place une politique extérieure qui mixe hard et

---

7 David A. Baldwin, *Power and international relations. A conceptual approach*, Princeton, New Jersey, Princeton University Press, 2016, p. 165.

8 « [soft power] occurs when one country gets other countries to want what it wants [...] in contrast with the hard or command power of ordering others to do what it wants. » Joseph S. Nye, Jr., *Soft Power. op. cit.*, p. 166 Traduction de l'auteur.

9 Artem Patalakh, *Soft power revisited. What attraction is in international relations*, Milan, 2017, p. 31.

10 « What is soft power? It is the ability to get what you want through attraction rather than coercion or payments. »Joseph S. Nye, Jr., *Soft power. op. cit.*, p. x Traduction de l'auteur.

11 Artem Patalakh, *Soft power revisited. op. cit.*, p. 31.

12 Voir I.1.1.1. Antécédents

13 « The ability to affect others to obtain preferred outcomes by the co-optive means of framing the agenda, persuasion, and positive attraction » Joseph S. Nye, Jr., *The future of power. op. cit.*, p. 19 Traduction de l'auteur.

soft power[14]. Les récents travaux de Joseph Nye ne semblent pas indiquer une évolution significative de sa définition du soft power depuis 2011[15].

Que ce soit la définition originale ou *a posteriori*, Nye décrit une relation de pouvoir qu'a un *agent* du soft power sur un *sujet* soumis à ce dernier. Même si les deux dernières définitions ne mentionnent qu'implicitement l'agent, le soft power est un concept avant tout centré sur ce dernier[16] et sa capacité d'attraction. Pour mieux comprendre le concept et pour donner une structure à cette approche nous nous concentrons ici sur trois approches du pouvoir social selon Fiske et Berdahl, issues du domaine de la psychologie sociale[17]. Il s'agit 1) du pouvoir en tant qu'influence potentielle centré sur l'origine des ressources ; 2) du pouvoir en tant qu'influence focalisé sur les effets que produit l'agent sur le sujet ; 3) et du pouvoir en tant que maitrise des réactions de l'autre plutôt centré sur les préférences du sujet[18]. Nous devons aborder ainsi les ressources du soft power, puis la capacité d'attraction de son agent et enfin les préférences du sujet.

2.1.1. Le pouvoir en tant qu'influence potentielle : ressources du soft power

La définition des (res)sources du soft power a également légèrement évolué au fil de la maturation du concept par son auteur. En 1990 Nye confère à son concept trois ressources principales : la culture, les institutions internationales, et l'idéologie[19]. En 2004 il s'agit de « la culture (là où elle est attrayante pour les autres), les valeurs politiques (lors qu'elles sont en phase à l'intérieur comme à l'extérieur du pays), et la politique extérieure (lorsqu'elle semble légitime et fait autorité morale) »[20]. En 2011 Joseph Nye y ajoute « un modèle positif de gouvernance en interne, une économie performante et une armée compétente »[21]. Dans ses articles les plus récents, Joseph Nye reprend les ressources, telles qu'il les a déjà énumérées en 2004[22].

Cette évolution dénote plus un changement de terminologie que l'ajout de nouvelles ressources. Tout d'abord le passage du terme d'« idéologie » aux « valeurs politiques » est le fruit d'un changement de paradigme dans les relations internationales : en 1990 la fin de la guerre froide est proche, toutefois la notion d'idéologie est encore de mise.

---

14 Joseph S. Nye, Jr., *The future of power*. *op. cit.*, p. 207–234.
15 Joseph S. Nye, Jr., *Soft Power and Public Diplomacy Revisited*. *op. cit.*
16 Umut Yukaruç, *A Critical Approach to Soft Power*. *op. cit.*, p. 499–500.
17 Fiske, Susan T., Berdahl, Jennifer, *Social power*. *op. cit.*, p. 678–679.
18 Artem Patalakh, *Soft power revisited*. *op. cit.*, p. 36.
19 Joseph S. Nye, Jr., *Soft Power*. *op. cit.*, p. 167.
20 « Culture (in places where it is attractive to others), its political values (when it lives up to them at home and abroad), and its foreign policies (when they are seen as legitimate and having moral authority. » Joseph S. Nye, Jr., *Soft power*. *op. cit.*, p. 11.
21 « Basic resources include culture, values, legitimate policies, a positive domestic model, a successful economy, and a competent military » Joseph S. Nye, Jr., *The future of power*. *op. cit.*, p. 99 Ces ressources étaient déjà mentionnées implicitement dans Joseph S. Nye, Jr., *Soft power*. *op. cit.*, p. 44–68.
22 Joseph S. Nye, Jr., *Soft Power and Public Diplomacy Revisited*. *op. cit.*, p. 8.

Le passage d'une *concurrence des systèmes* (capitaliste ou communiste) à une *concurrence des récits* (dans un monde multipolaire) après l'effondrement du bloc soviétique[23] semble être une raison pour laquelle Nye remplace le terme d'idéologie, plus ou moins obsolète, à celui des « valeurs politiques ».

Les institutions internationales ne sont plus mentionnées ou marginalisées en tant que ressources du soft power dans les travaux postérieurs à 1990 chez Nye. En effet, il s'emploie à dire que les valeurs politiques doivent être corrélées avec une gouvernance interne et une politique extérieure (incluant les organisations internationales) cohérentes pour être réellement attractives[24]. Le désengagement progressif des États-Unis au niveau des organisations internationales depuis l'administration Obama[25] peut aussi être une raison de la disparition de ces dernières comme ressources principales du soft power. L'ajout en 2011 d'une économie attractive et d'une armée compétente, correspond à sa nouvelle définition du soft power, dans laquelle certains éléments du hard power sont considérés comme pouvant être attractifs.

La « culture » semble être une constante en termes de ressource de soft power selon Nye. Selon lui il s'agit d'un « ensemble de valeurs et de pratiques qui créent du sens pour une société »[26]. Ainsi, il reprend plus ou moins la définition anthropologique de la culture que nous avons vue plus haut. Il y mentionne les échanges artistiques, scientifiques et universitaires comme « haute culture ». Selon lui ces formes d'échanges culturels « pour améliorer l'image de son pays » [27] sont facilement « traçables » par les gouvernements[28]. Ce que Joseph Nye évoque implicitement dans ces échanges, ce sont aussi les personnalités nationales, qu'elles soient dans le domaine de la politique ou de la société civile[29]. Cependant c'est surtout sur la culture en tant que produits culturels exportables que Nye focalise son attention. Il mélange donc Hollywood, Coca-Cola, Mac Donald, le sport, la musique pop et les jeans dans ce qu'il appelle « la culture populaire », synonyme de divertissement de masse[30]. Nye partage ainsi une vision américaine de la culture qui est un produit exportable comme un autre[31]. De plus, cette forme de culture n'est (et ne doit pas être) sous le contrôle du

---

23 Sigrid Weigel, *Transnationale Auswärtige Kulturpolitik – Jenseits der Nationalkultur*. *op. cit.*, p. 42.

24 Joseph S. Nye, Jr., *Soft power*. *op. cit.*, p. 14.

25 Ainsi le désengagement à marche forcée par l'administration Trump puise déjà ses racines chez Obama. Jean-Philippe Baulon, *La stratégie des Etats-Unis depuis l'entrée de Donald Trump à la Maison Blanche. Ruptures et continuités (2017-2018)*, 2019.

26 Joseph S. Nye, Jr., *Soft power*. *op. cit.*, p. 11.

27 *Ibid.*

28 *Ibid.*, p. 46.

29 Hendrik W. Ohnesorge, *Soft power. The forces of attraction in international relations*, Cham, Switzerland, Springer, 2020, p. 115.

30 Joseph S. Nye, Jr., *Soft power*. *op. cit.*, p. 44–55.

31 Commerce is only one of the ways in which culture is transmitted *Ibid.*, p. 13 Voir aussi le débat sur l'*exception culturelle* mentionnée plus haut.

gouvernement et ses promoteurs ne partagent pas toujours les positions de ce dernier[32].

Difficile ici de ne pas résumer le soft power à une seule ressource qui lui serait propre : la culture. Certes, Nye rappelle que le soft power ne se compose pas uniquement de produits culturels exportables[33]. Or, si Joseph Nye prend une définition de la culture dans son sens large, alors elle inclut aussi les valeurs politiques et les institutions[34]. En adoptant cette position Nye rend la ou les ressources du soft power effectivement immatérielles et difficilement mesurables : si la culture est tout ce qui forme une société, alors la mise en place de politiques culturelles [extérieures] qui engloberaient ce tout semble peu concevable[35]. Finalement, le soft power fonctionne dans une sorte de *politique de l'image*[36]. C'est l'*image* que projette le pays de sa culture (au sens large), de ses institutions et de ses valeurs qui peut peser dans la balance des ressources du soft power, et non la culture, les institutions et les valeurs en soi. Pour que ces images projetées soient prises au sérieux, les modes de vie, les valeurs et les actions politiques, que ce soit à l'intérieur du pays comme à l'extérieur ne doivent pas entrer en contradiction avec les images véhiculées. Or la capacité de projeter une image rentre déjà dans le capital actif du soft power qui doit être abordée maintenant.

2.1.2. Pouvoir en tant qu'influence : une approche du soft power centrée sur la capacité d'attraction de l'agent

Pour expliquer le flou qui peut tourner autour du soft power en tant que ressources, instrument ou maitrise des réactions de l'autre, peut-être est-il nécessaire de revenir à l'idée du pouvoir basé sur les ressources en tant que capital abordée plus haut. Dans la comptabilité à double entrée, le capital a un passif, l'origine des ressources, mais il a aussi un actif : il s'agit de leur utilisation. La culture au sens large, c'est à dire les produits culturels exportables, les possibles échanges culturels dans les domaines des arts, des sciences et de l'éducation, les valeurs et les modèles de gouvernance qu'ils

---

32 « Popular culture, because it is not under direct control of government, does not always produce the exact policy outcomes that the government might desire » Joseph S. Nye, Jr., *Soft power*. *op. cit.*, p. 52.

33 « Some analysts treat soft power simply as popular cultural power. They make the mistake of equating soft power behavior with the cultural resources that sometimes help produce it. » *Ibid.*, p. 11.

34 Jospeh Nye reprend ainsi la première partie de la définition de la culture telle qu'elle a été formulée lors de la Déclaration de Mexico sur les politiques culturelles en 1982, sans prendre en compte les ressources mentionnées dans la seconde : « La culture, dans son sens le plus large, est considérée comme l'ensemble des traits distinctifs, spirituels et matériels, intellectuels et affectifs, qui caractérisent une société ou un groupe social. Elle englobe, outre les arts et les lettres, les modes de vie, les droits fondamentaux de l'être humain, les systèmes de valeurs, les traditions et les croyances. » Organisation des Nations unies pour l'éducation, la science et la culture, *Conférence intergouvernementale sur les politiques culturelles pour le développement. Plan d'action sur les politiques culturelles pour le développement*, Mexico, 1982.

35 Matthias T. Vogt, *Was ist Kulturpolitik? op. cit.*, p. 8.

36 Robert Frank, *Culture et relations internationales*. *op. cit.*, p. 375.

soient internes ou externes ainsi que les personnalités d'un pays forment le *passif d'un capital* de soft power. Ainsi, selon Nye, une approche passive du soft power peut se résumer à « une cité brillant en haut d'une colline »[37]. Une approche active, au contraire, nécessite un effort de la part de l'agent du soft power en utilisant les ressources et les instruments nécessaires à une politique d'attraction[38]. Les ressources seules ne représentent qu'un pouvoir [mou] potentiel, sans leur *activation*[39] elles ne sont rien. Ainsi le passif des ressources ne représente qu'une influence potentielle : l'agent doit puiser dans sa culture, au sens large, les ressources (produits culturels, valeurs, forme d'organisation) qu'il pourra projeter sous forme d'image afin de montrer un mode de vie *attractive* que les autres imiteront par *mémétique*[40].

Concentrons-nous maintenant sur une approche du pouvoir mou centrée sur son *agent*[41] et sa capacité d'affecter le sujet. Certains scientifiques critiquent notamment Joseph Nye de trop se focaliser sur l'agent et sa capacité d'attraction, ignorant parfois sa relation à la structure dans laquelle évolue l'agent et les préférences du sujet[42]. Avant de passer aux critiques il nous faut tout d'abord définir une notion centrale dans la pensée de Nye : l'*attraction*. L'auteur résume lui-même son concept à « celui du *pouvoir d'attirer* en termes d'interaction »[43]. Pour comprendre cette notion, nous devons laisser dans un premier temps les commentaires de l'auteur de côté et étudier ce qu'est l'attraction en termes de physique, de psychologie sociale et dans les relations internationales.

L'attraction c'est tout d'abord une des quatre interactions fondamentales qui régissent l'univers[44] : par exemple celle de la terre vers le soleil, la lune vers la terre, chaque objet de la surface de la terre vers son centre etc. Attirer vient du latin

---

37 Joseph S. Nye, Jr., *The future of power*. *op. cit.*, p. 94.

38 *Ibid.*, p. 94.

39 On pourrait résumer le terme ici à faire passer les ressources du côté passif du capital vers le côté actif.

40 Le *mème* est l'équivalent du gène dans l'évolution culturelle. La ***mémétique*** décrit un modèle de transmission de l'information culturelle par imitation Richard Dawkins, *The selfish gene*, Oxford, Oxford Univ. Press, 1999.

41 Par convention nous parlons ici d'une relation entre un agent *A* et un sujet *B*, et non pas d'acteurs qui joueraient un rôle dans un système fonctionnel. « Pour la clarté du vocabulaire, il est utile de parler d'acteur individuel dans le cas de systèmes fonctionnels et d'agent individuel dans le cas des systèmes d'interdépendance. La notion d'acteur est, comme celle de rôle, empruntée au langage de la scène. [...] Le mot agent désigne clairement le porteur individuel de l'action sans renvoyer à la catégorie des rôles. » Raymond Boudon, *La logique du social. Introduction à l'analyse sociologique*, Paris, Hachette, 1979, p. 118.

42 Umut Yukaruç, *A Critical Approach to Soft Power*. *op. cit.*, p. 499–500.

43 « in behavioral terms is soft power *attractive power* » Joseph S. Nye, Jr., *Soft power*. *op. cit.*, p. 6.

44 L'interaction gravitation (graviton) se trouve aux côtés de l'interaction électromagnétique (photon), l'interaction nucléaire faible et l'interaction nucléaire forte. Ces trois dernières interactions fusionnent en une seule à hautes énergies (10^{15} GeV) d'après la *théorie de grande unification*. Une *théorie du tout* qui inclurait l'interaction gravitationnelle à encore plus hautes énergies n'a pas encore été vérifiée. Stephen Hawking, *Kurze Geschichte der Zeit*, Reinbeck bei Hamburg, Rowohlt Taschenbuch Verlag, 10ème éd., 2018, 1. éd. 1988 as "A brief history of Time : from the Big Bang to Black Holes", p. 91–95.

attrahere, composer des particules ad-/at-, préfixe exprimant un rapprochement, et *trahere* qui signifie tirer. Le mot signifie ainsi tirer vers soi – avec force mais aussi sans toucher[45]. Nous savons aussi, depuis la formulation de Newton vers la fin du XVIIème siècle, qu'il n'y a que des attractions réciproques[46] : même si la balance penche de manière disproportionnée en faveur de la terre, la lune exerce elle aussi une attraction sur cette dernière. Cela explique les phénomènes de marées notamment. Enfin, depuis la loi de la relativité générale proposé par Einstein au début du XXème siècle, le concept de *force d'attraction* a été remis en question : il s'agit plutôt d'une courbure de l'espace-temps dans un champ gravitationnel causée par un corps massif[47]. La matière se déplace ainsi en fonction des courbures et il n'y a pas de « force d'attraction » à proprement parler[48]. En mathématique, le concept d'attraction dans l'étude des systèmes dynamiques – qui est postérieur à celui de Newton – n'inclue pas non plus l'idée de force : dans sa variante la plus simple, c'est à dire ponctuelle, il s'agit d'une suite de translations (sans perturbations) qui tend vers un point fixe lorsque cette dernière est répétée infiniment[49]. Si cette suite de translations fuit le point fixe, qu'elle est « attirée par l'horizon », il se produit le phénomène de répulsion[50]. Faisons-nous aussi fausse route en parlant d'un *pouvoir d'attraction* qui serait porté uniquement par l'agent dans le domaine des relations internationales ?

De même que dans le domaine de la physique, l'attraction est une des caractéristiques fondamentales de l'interaction interpersonnelle dans le domaine de la psychologie sociale[51]. Tout d'abord, l'attraction ne s'arrête pas aux premiers moments

---

45 *Attrahere* peut signifier « trainer » avec force, mais aussi le fait de s'attirer de nouveaux amis, l'amour/l'admiration de femmes et d'hommes, se mouvoir vers une province attrayante. Félix Gaffiot; Pierre Flobert, *Le grand Gaffiot. op. cit.*, p. 63 « nihil esse quod ad se rem ullam tam inliciat et tam attrahat quam ad amicitiam similitudo. / nothing so allures and attracts anything to itself as likeness does to friendship » Cicero: De Senectute De Amicitia De Divinatione in Ethan A. Andrews; Charlton T. Lewis, *A Latin dictionary. Founded on Andrews' edition of Freund's Latin dictionary*, Oxford, Clarendon Press, 1987.

46 Par la formule $F_{A/B} = G\frac{M_A M_B}{d^2}$ mentionnée dans Isaac Newton, *Philosophiae naturalis principia mathematica*, Londres, 1687, p. 194 Propositio LXXV, Theorema XXXV

47 Stephen Hawking, *Kurze Geschichte der Zeit. op. cit.*, p. 40.

48 « Let there be, say, two massive bodies in the world. According to Einstein's equation, each will cause a certain amount of curvature in space-time. Further [...] each body will be forced to move in a certain way in response to the curvature caused by the other. The net result, then, is that each body influences each other. It is just this influence that we call gravitation. The idea is that the curvature of the space-time geometry acts as a sort of intermediary between two bodies. It is essentially the gravitational field. » Robert. Geroch, *General relativity from A to B*, Chicago, London, University of Chicago press, 1978, p. 181–182.

49 Milnor; John, *On the concept of attractor* in « Communications in Mathematical Physics » n°2, 99 / 1985, p. 177–179.

50 *Ibid.*, p. 184.

51 « Toute relation sociale avec autrui s'accompagne d'une attraction envers le partenaire, et d'un degré d'intimité approprié à la situation, et entraîne une confirmation, une dégradation ou une amélioration de la relation et éventuellement de l'intimité entre les partenaires. Tout épisode d'interaction est par conséquent aussi bien un antécédent qu'une conséquence de la relation et de l'attraction entre deux individus. » Gabriel Moser, *Les relations interpersonnelles*, Paris, Presses universitaires de France, 1994, p. 10.

d'une relation entre deux individus, qu'elle soit formelle (on parle alors de relations sociales[52]), amicale ou amoureuse. Il s'agit selon Gabriel Moser de la « dimension émotionnelle à l'égard des autres qui se caractérise par l'expression d'une attitude positive envers autrui (la sympathie) et par le désir de se rapprocher d'autrui. »[53]. Ainsi, comme en physique, l'attraction décrit un rapprochement et la possibilité de proximité (physique ou émotionnelle) entre deux entités, dont l'intimité est le stade ultime[54]. Or, l'attraction a ses règles ; bien souvent indépendamment de la volonté de la personne souhaitant *être attractif*. Nous considérons généralement attractifs ceux qui nous ressemblent. Le rapprochement entre deux individus, de la prise de conscience d'autrui à la réciprocité des intérêts pour l'autre en passant par une exploration mutuelle, se fait par *filtrage successif*. Toujours selon Gabriel Moser, il existe tout d'abord une contrainte géographique (très atténuée depuis l'arrivée de nouveaux moyens de communication) et une contrainte socioculturelle : nous rencontrons nos amis, nos amours à un endroit et à un moment où il était possible de les trouver, or il s'agit bien souvent d'un regroupement du même milieu social avec une certaine proximité spatiale. Le mariage, par exemple, est en quelque sorte une garantie de survie des groupes sociaux[55]. Le second filtre est celui de l'apparence physique : le choix d'un partenaire attractif dépend beaucoup de la perception de soi-même comme quelqu'un d'attractif. Si l'attraction physique (et/ou sexuelle) joue un rôle très important au début de la relation amoureuse ou amicale[56] elle n'est pas le facteur principal de son maintien[57]. Le troisième filtre, le plus important selon Moser, est celui des attitudes et de valeurs d'autrui que l'on découvre progressivement par l'*autorévélation* de l'autre lors de la phase d'exploration et d'attraction mutuelle : « Nous nous sentons attirés par ceux qui ont des opinions, des attitudes et des valeurs similaires aux nôtres, et inversement nous rejetons ceux qui sont trop différents de

---

52 Selon Moser, la différence entre une relation sociale et une relation interpersonnelle est liée au fait que dans la première les personnes jouent un rôle (par ex. acheteur/vendeur) et sont interchangeables (peu importe la personne qui « joue » le vendeur ». Dans une relation interpersonnelle le partenaire est un individu unique avec sa personnalité. Gabriel Moser, *Les relations interpersonnelles*. *op. cit.*, p. 15. La relation interpersonnelle peut se rapprocher d'une relation agent-sujet mentionné plus haut et décrite par Boudon.

53 *Ibid.*, p. 54.

54 *Ibid.*, p. 153.

55 « Si [les parents] ne décide[nt] plus du mariage de [leurs] enfants de manière autoritaire, [ils] les incline(nt) dans une direction précise par ses modes de vie et par ses relations sociales. » *Ibid.*, p. 60.

56 Dans une relation amicale ce facteur est cependant moins important. *Ibid.*, p. 85. Moser ajoute « Les relations amicales ont essentiellement une fonction de support affectif et cognitif. Elles permettent de réduire, à travers le partage d'attitudes semblables, l'incertitude quant à la perception du monde, et se caractérisent par l'évitement des conflits » *Ibid.*, p. 235.

57 Sur ce, les algorithmes des sites de rencontres ne sont toujours pas (et ne seront surement jamais) en mesure de prédire le « coup de foudre » initial. Ils semblent cependant performants pour trouver les facteurs permettant une relation stable sur le long terme. Samantha Joel; Paul W. Eastwick; Eli J. Finkel, *Is Romantic Desire Predictable? Machine Learning Applied to Initial Romantic Attraction* in « Psychological science » n°10, 28 / 2017.

nous »[58]. Il existe toutefois une certaine *zone d'acceptation* : il est possible d'éprouver de la sympathie même pour une personne ayant des opinions légèrement différentes des nôtres[59]. Le dernier filtre est le *besoin de complémentarité*, il intervient ultérieurement dans la relation et est bien souvent réservé à un partage des rôles[60]. Pour autant, la similitude des attitudes et des valeurs jouerait un rôle important quel que soit le stade de la relation[61]. Finalement, « la perception du partenaire idéal est proche de la manière dont l'individu se voit lui-même » selon Moser[62]. Ainsi, sans fondamentalement transformer sa personnalité, une personne qui souhaite attirer doit changer non pas la façon dont elle est perçue par autrui, mais la façon dont l'autre voit son idéal et donc, d'après Moser, la façon dont il se voit lui-même. L'attraction est ainsi plus complexe que le simple management de son image.

Passons maintenant au terme d'attraction dans le domaine, où Joseph Nye l'utilise : les relations internationales. Selon Frédéric Ramel l'attraction y serait pensée de trois manières : en tant que polarisation (formation de blocs politiques, économiques, civilisationnels[63]), en tant que séduction (soft power), et en tant que rapprochement des êtres humains par la « circulation des biens, des personnes et des idées [...] les sensibilisant à un destin commun »[64]. Trois voix se prononcent en effet quant à la finalité de l'attraction dans le système de relations internationales : les *cosmopolites* y voient l'avènement d'une unité politique du monde et d'une société mondiale (rapprochement universel). Pour les *pluralistes*, au contraire, la recherche de l'universel ne peut se faire que dans le cadre restreint des États ou des espaces communautaires en interaction les uns avec les autres (polarisation). Si la première voix voit la disparition de la dichotomie entre affaires intérieures et extérieures des communautés, la seconde voit sa nécessaire continuité. Il existe cependant une voix du *milieu* qui considère que les affaires intérieures et extérieures s'enchevêtrent et que les possibilités de coopération varient en fonction des enjeux et des appartenances[65]. C'est

---

58 Gabriel Moser, *Les relations interpersonnelles. op. cit.*, p. 66.

59 Lorenz Fischer; Günter Wiswede, *Grundlagen Der Sozialpsychologie*, De Gruyter, p. 449.

60 Gabriel Moser, *Les relations interpersonnelles. op. cit.*, p. 78.

61 *Ibid.* L'attraction envers autrui varie avec la perception du degré de similitude des attitudes [et des valeurs] : plus la similitude perçue est grande, plus l'attraction est forte. »

62 Une fois la relation établie, les individus semblent avoir tendance à maximiser les similitudes et les aspects positifs, et à minimiser les différences et les aspects négatifs. On assiste à un effet d'amplification et de généralisation qui empêche l'individu de remettre en cause ses premières impressions, et par conséquent aussi la relation qui s'est établie. On peut ainsi constater que, chez des couples mariés, la similitude effective des attitudes est moins importante que la perception de cette similitude chez chacun des partenaires. *Ibid.*

63 Voir la référence sur le choc des civilisations mentionnée plus haut. Samuel P. Huntington; Zbigniew Brzezinski, *The clash of civilizations and the remaking of world order. op. cit.*

64 Frédéric Ramel, *L'attraction mondiale*, Paris, Lieu de publication inconnu, Presses de Sciences Po; Cairn, 2013, p. 17.

65 *Ibid.*, p. 257–258.

dans cette constellation labile qu'une capacité à *convaincre* serait utile en fonction des partenaires, des situations et des enjeux[66].

Ainsi, nous revenons à Joseph Nye et son concept de soft power. Pour lui, le pouvoir mou contient plus que l'idée de *persuasion*[67], même s'il s'agit d'une part importante de son concept[68]. En effet, l'attraction, elle-même, persuade et conduit souvent à une *complaisance*[69]. Nye voit dans son concept une forme de jeu de séduction qui pourrait être comparable à « une mystérieuse chimie »[70] qui se produit dans la vie de tous les jours. Or, comme nous l'avons remarqué plus haut, l'attraction ne se résume pas à une opération instantanée, mais à un rapprochement entre deux personnes sur le long terme. Lorsque Joseph Nye parle d'attraction il semble qu'il parle, dans un premier temps, d'« *attirer* l'attention »[71] (nous avons vu plus haut avec la notion de nation branding qu'il s'agit d'une denrée rare et que la concurrence pour cette dernière est rude dans les relations internationales). Nye aperçoit ainsi l'attraction comme une interaction asymétrique et utilise la métaphore du magnétisme[72] ; il s'agit, en fin de compte d'une séduction désintéressée pour l'autre. Enfin, l'auteur compare son concept aussi à de l'adoration[73] ; la personne adorée, pourtant, est souvent perçue, non pas en tant que telle, mais comme un idéal qu'on s'est promis d'atteindre. Il ne s'agit donc pas d'une imitation de l'autre pour ce qu'il est mais un processus d'atteinte de son idéal personnel. Ce dernier point, qui est mentionné par Joseph Nye lui-même, montre bien les limites d'une approche basée sur la capacité d'attraction de l'agent. Si le soft power est une sorte de séduction désintéressée, alors au fur et à mesure du

---

66 Jospeh Nye affirme d'ailleurs que l'on peut considérer l'exercice du soft power comme un jeu à somme nulle : un individu ne peut apprendre qu'un nombre limité de langues et ne peut pas voyager, étudier ou investir dans chaque État du monde. Choisir un pays se fait alors au détriment d'un autre. Mais aussi comme jeu à somme positive : utilisation du soft power afin de résoudre des problèmes globaux, tels que la crise climatique. La COP21 en 2015 à Paris est un exemple de ce genre d'utilisation du soft power. Joseph S. Nye, Jr., *The future of power*. *op. cit.*, p. 90.

67 *Per – suado* signifie conseiller (*suado)* de manière intensive (*per)*. Il s'agit de faire en sorte que l'autre accepte le conseil donné en insistant. Heinrich Georges, *Ausführliches lateinisch-deutsches Wörterbuch*, Hahnschen Buchhandlung, Hannover 1913.

68 « soft power is more than just persuasion or the ability to move people by argument, though that is an important part of it. » Joseph S. Nye, Jr., *Soft power*. *op. cit.*, p. 6.

69 « Attraction often leads to acquiescence » *Ibid.*, p. 6 Pour Maaß le soft power est une manière de faire accepter l'hégémonie américaine. Kurt-Jürgen Maaß, *Soft-Power-Kultur schafft Akzeptanz. Zur Renaissance von Kultur- und Außenpolitik* in Zimmermann, Olaf; Brüheim, Theresa (éd.), *Die dritte Säule: Beiträge zur Auswärtigen Kultur- und Bildungspolitik*, p. 74.

70 Joseph S. Nye, Jr., *Soft power*. *op. cit.*, p. 5 Sur le manque de fondements théoriques sur l'attraction de la part de l'auteur : « Nye's writings present attraction as a psychological mechanism, but the psychology behind it is missing » T. Hall, *An Unclear Attraction: A Critical Examination of Soft Power as an Analytical Category* in « The Chinese Journal of International Politics » n°2, 3 / 2010, p. 206.

71 Joseph S. Nye, Jr., *The future of power*. *op. cit.*, p. 92.

72 *Ibid.*, p. 92 pourtant l'attraction ne fonctionne pas comme un aimant : Que ce soit en psychologie sociale ou dans les relations internationales, deux pôles opposés ne s'attirent généralement pas.

73 Joseph S. Nye, Jr., *Soft power*. *op. cit.*, p. 7.

rapprochement le masque risque de tomber, la relation peut s'envenimer et s'acheminer vers une répulsion mutuelle : le contraire du soft power[74].

Après cette brève analyse de l'attraction telle qu'elle a été décrite par Joseph Nye, tout semble laisser penser qu'elle ne peut fonctionner de manière réciproque sur le long terme. Nous avons vu qu'il n'existe pas de *force d'attraction* à proprement parler mais des mouvements réciproques vers l'autre. L'interaction avec un individu et le temps que nous y consacrons ne représente-il pas une courbure dans la ligne de nos destins respectifs que nous avons toujours imaginée droite ? Cette attraction mutuelle est moins le fruit du jeu de séduction au départ de la relation que la découverte de chacun au fur et à mesure que la relation s'intensifie. Ce qui nous attire chez l'autre est ce qu'il a de similaire avec nous : des valeurs ou des attitudes que nous avons en commun. Après la phase d'adoration, où nous recherchons notre propre idéal chez l'autre, nous nous mettons à l'aimer tel qu'il est. Ceci s'accompagne logiquement d'un amour pour soi-même. Cette conclusion a une conséquence importante pour le soft power : il ne peut, du moins sur le long terme, être uniquement centré sur la capacité d'attraction « naturelle » de l'agent. Dans sa critique sur le soft power Janice Mattern en arrive à la même conclusion : si l'attraction naturelle rassemble ceux qui partagent les mêmes valeurs, le soft power ne doit pas « attirer » mais faire en sorte de changer les préférences de l'autre afin qu'il partage les mêmes valeurs[75].

2.1.3. Pouvoir en tant que maitrise du comportement : vers une approche centrée sur les préférences du sujet

Selon la pensée de Nye, le soft power a des ressources, qui peuvent se résumer à la culture dans son sens le plus large. Or, ces ressources ne servent à rien si elles ne sont pas mises en valeur par l'agent. Aussi serait-il difficile, même avec le meilleur dispositif de relations publiques, de faire valoir des ressources inexistantes[76]. Toutefois, la mise en valeur des ressources n'attire que « là où elles sont déjà attractives »[77]. Joseph Nye est bien conscient que le soft power ne dépend pas seulement des qualités de l'agent et de sa capacité à les mettre en valeur mais aussi de la façon dont les autres perçoivent ces qualités. Il prend comme un exemple : « un film d'Hollywood qui fait le portrait d'une femme libérée agissant de manière indépendante peut produire une attraction positive à Rio mais une répulsion à Riyad »[78]. Le soft power en tant que *pouvoir d'attirer* semble se trouver dans une impasse, s'il n'est pas possible de modifier les

---

74 Ceci est aussi mentioné par Nye: "But attraction can turn to repulsion if we act in an arrogant manner and destroy the real message of our deeper values" Joseph S. Nye, Jr., *Soft power. op. cit.*, p. x.

75 Janice B. Mattern, *Why `Soft Power' Isn't So Soft: Representational Force and the Sociolinguistic Construction of Attraction in World Politics. op. cit.*

76 Joseph S. Nye, Jr., *The future of power. op. cit.*, p. 106.

77 *Ibid.*, p. 84.

78 *Ibid.*, p. 92–93.

préférences de l'autre afin qu'il trouve les qualités de l'agent attractives. En effet, l'idée originale de Nye était de faire en sorte que les autres veulent ce que l'agent veut. Il se perd finalement en mettant l'accent sur la capacité d'attraction propre à l'agent. Ce n'est donc pas sur l'agent du soft power qu'il se faut concentrer, mais sur le sujet et ses représentations de ce qui est attractif.

Toutefois, une approche qui propose de modifier les représentations du sujet tout en se concentrant sur l'agent se pose dès le départ comme asymétrique, si ce n'est unilatérale, sur un sujet passif dont les préférences ne nous intéressent guère. Un des paradoxes relevés dans les recherches de Joseph Nye est de concentrer son approche sur l'agent du soft power et sa capacité d'attraction « naturelle » d'un côté et, d'un autre côté, de dire que ce qui est attrayant pour les uns ne l'est pas pour les autres pour en revenir à sa définition originale du soft power qui est la capacité de changer les préférences de l'autre afin qu'elles convergent vers les siennes[79]. Ceci nous amène à la critique, à moitié vraie seulement, de Umut Yukaruç que « Nye se concentre sur le stock de soft power des États-Unis et ne s'inquiète pas de la façon dont le soft power américain affecte le reste du monde »[80]. Plus que les faibles tentatives de Joseph Nye pour démentir ce genre de critique, c'est plutôt la réception d'une approche unilatérale du soft power qui ne prendrait pas en compte les spécificités des autres pays qui pourrait être dangereuse dans la pratique. Qu'entendons-nous ici par limites pratiques ? C'est ce qui pourrait potentiellement engendrer des problèmes lors de l'application de la théorie à la pratique. Ces limites sont de nature politique, par la formation de résistances, et matérielle, posant le problème de l'efficience du soft power.

Joseph Nye ne semble pas partager les idées de ceux qu'il nomme les « nouveaux unilatéralistes »[81] sous une bannière néoréaliste qu'il résume comme « les intentions américaines sont bonnes, l'hégémonie américaine est bienveillante, et cela devrait clore la débat »[82]. En réalité, cette vision unilatéraliste sous l'administration Bush Jr. a provoqué un déclin de l'attraction américaine et a provoqué un antiaméricanisme même chez leurs alliés traditionnels en Europe. D'après Ying Fan le soft power

---

79 Ce paradoxe est aussi relevé chez Artem Patalakh, *Soft power revisited. op. cit.*, p. 51 : « To exemplify, in his latest publications, Nye argues that attraction is "socially constructed" (2011b: 84), meaning that, first, "production of soft power by attraction depends upon both the qualities of the agent and how they are perceived by the target" (ibid: 92) and second, "attraction for one target may produce revulsion for another" (ibid) [...] However, taking this perspective on attraction would inevitably wash away the margins of hard and soft power defined from the agent-centered behavioural perspective. »

80 "Nye focuses on the stockpile of soft power of the US and is not worried how US soft power affects the rest of the world." Umut Yukaruç, *A Critical Approach to Soft Power*. *op. cit.*, p. 499.

81 D'après un article de Charles Krauthammer mentionné dans Joseph S. Nye, Jr., *Soft power*. *op. cit.*, p. 63.

82 « They worry about a flagging of internal will and a reluctance to turn a unipolar moment into a unipolar era American intentions are good, American hegemony is benevolent, and that should end the discussion » *Ibid.*, p. 63

américain est finalement victime de son « sur-succès »[83]. Cet auteur déplace cependant la critique de Nye sur les « nouveaux unilatéralistes » à la notion de soft power elle-même :

> La notion de « soft power » de Nye est largement ethnocentrique et condescendante car elle est fondée sur de fausses hypothèses, à savoir que la culture américaine est supérieure et devrait être appréciée et adoptée par les autres nations et que les valeurs et la culture occidentales continueront à définir les règles du monde.[84]

Selon Fan le soft power, comme toute autre forme de pouvoir, provoque des résistances de la part des pays ou des individus qui se sentent lésés, aigris par le sentiment de se faire « envahir par une culture omniprésente et impérialiste »[85]. Joseph Nye lui-même affirme que personne n'aime « avoir l'impression de se faire manipuler, même par le soft power »[86]. Ces résistances sur le moyen et long terme liées à un exercice du soft power de manière unilatérale représentent une des limites pratiques potentielles de l'approche.

Une seconde limite pratique du soft power, posée en majorité par les néoréalistes américains, est celle de son efficacité, ou plutôt de son efficience. D'après eux « Le soft power serait [...] au mieux marginal, au pire inefficace »[87], seules « l'action militaire et l'action économique restent [...] réellement efficaces pour influencer la marche du monde »[88]. D'après Christopher Layne il aurait même un effet pernicieux sur la politique extérieure des Etats-Unis : il serait une « façon polie de décrire l'expansionnisme idéologique inhérent à l'internationalisme libéral américain », doctrine qui a mené à des débâcles au Vietnam, en Afghanistan ou en Irak[89]. Pour ce même auteur, si le soft power repose sur un plan d'action en deux étapes : il s'agit 1) d'affecter l'opinion publique et 2) d'espérer que le gouvernement réponde en faveur de cette opinion, rien ne prouve que l'opinion publique d'un pays participe à la conception de la politique extérieure d'un pays[90], *a fortiori* dans les régimes autoritaires. Le fait

---

83 The « over-success » of American's soft power has brewed resentment and increased anti-Americanism. Ying Fan, *Soft Power. Power of attraction or confusion* in « Place Branding and Public Diplomacy » 2008, p. 13.

84 « Nye's notion of soft power is largely ethnocentric and condescending as it is based on false assumptions of that American culture is superior and should be liked and adopted by other nations and that western values and culture that will continue to define the rules of the world. *Ibid.*, p. 13.

85 « Soft power is still power and it can still make enemies » *Ibid.*, p. 14 Traduction de l'auteur.

86 « no country likes to feel manipulated, even by soft power » Joseph S. Nye, Jr., *Soft power. op. cit.*, p. 25.

87 Frédéric Martel, *Vers un soft power à la francaise. op. cit.*, p. 70.

88 *Ibid.*, p. 70.

89 « Soft power is nothing more than a catchy term for the bundle of liberal internationalist policies that have driven US foreign policy since World War II, and which are rooted in the Wilsonian tradition. Beyond the fact that soft power is not efficacious in terms of producing outcomes, its affect on American foreign policy is pernicious. Soft power is just a polite way of describing the ideological expansionism inherent in US liberal internationalism. » Christopher Layne, *The unbearable lightness of soft power. op. cit.*, p. 73.

90 Christopher Layne, *The unbearable lightness of soft power. op. cit.*, p. 56.

est que les effets du soft power ne sont pas vraiment mesurables à grandes échelles. Il est en effet difficile d'affirmer qu'un pays ait changé de politique extérieure à cause du soft power d'un autre et ce à deux niveaux de causalité. Si un État change effectivement d'orientation dans la scène internationale, la multitude des facteurs l'ayant poussé à faire ce choix empêche bien souvent de relever le soft power comme l'élément clé de ce changement d'orientation. À l'inverse un pays disposant d'une grande influence culturelle dans un autre ne permet pas de prédire ses prédispositions à influencer la politique extérieure de l'autre pays. Umut Yukaruç prend le cas de la Turquie : le succès de ses séries télévisées et la popularité d'Erdogan auprès des populations du Moyen-Orient n'a pas poussé les États de cette région à supporter la Turquie à l'ONU, par exemple[91].

Pourtant le déploiement de l'arsenal du soft power a un cout. Ce montant est toujours difficile à estimer au vu de la large palette d'instruments que comprend le concept vague de soft power. Par exemple, le budget de l'AKPB en allemand est équivalemment à 1 877 millions d'euros en 2018[92] et le programme 185 pour la diplomatie d'influence en France à 717,5 millions d'euros la même année[93]. Si le soft power était inefficace, à quoi pourrait servir tout cet argent perdu ? Pour mesurer les effets du soft power, peut-être faudrait-il changer d'échelle en sortant du niveau global, comme le fait le « Soft Power Index 30 »[94] pour en venir à une échelle nationale tout en déplaçant le focus de l'agent du soft power vers le sujet. Nous pourrions observer le fonctionnement et les effets du soft power d'un pays étranger au sein du pays concerné. De plus, en zoomant au niveau local, nous pourrions directement étudier les effets du soft power liés à la réception d'une culture étrangère par un individu ainsi qu'aux interactions entre les individus de différentes nationalités.

Il n'y a pas que les États-Unis à être tombés dans le piège de penser que certaines valeurs nationales peuvent être « intrinsèquement attrayantes »[95]. D'autres pays en Europe et en Asie ont longtemps cru, ou croient encore, à l'idée d'un rayonnement culturel unilatéral. L'Allemagne et la France, comme nous l'avons vu plus haut, se sont progressivement extirpés de cette logique vers une volonté d'échanges culturels équilibrés, en diffusant sa culture au monde mais en recevant une influence culturelle des autres pays en retour. Ce choix n'est pas plus issu d'une nouvelle éthique que du

---

91 Umut Yukaruç, *A Critical Approach to Soft Power*. *op. cit.*, p. 498.

92 Auswärtiges Amt, *22. Bericht der Bundesregierung zur Auswärtigen Kultur- und Bildungspolitik. Europa Stärken, Freiräume schützen, Innovationen Fördern*, Berlin, 2018, p. 40.

93 Frédéric Petit, *Avis. Tome II : Action extérieure de l'état: diplomatie culturelle et d'influence - Francophonie*, p. 7.

94 Jonathan McClory, *The Soft Power 30*. *op. cit.*

95 « The idea of soft power as employed by policymakers in other national contexts, especially Europe and Asia, has also mapped on to the belief that certain 'national values' are inherently attractive. » T. Hall, *An Unclear Attraction: A Critical Examination of Soft Power as an Analytical Category*. *op. cit.*, p. 196.

constat qu'il n'y a pas de « rayonnement unilatéral [possible] dans un monde global, mais des influences réciproques » [96]. Cette idée est renforcée en Allemagne par l'échec de l'impérialisme culturel et racial nazi et, en France, par les tentatives d'assimilation culturelle dans les pays colonisés sanctionnées entre autres par la guerre d'Algérie et la décolonisation. Ainsi, un peuple se sentant lésé ne peut tolérer une telle relation asymétrique qu'à court ou moyen terme. L'approche du soft power, basée sur une relation asymétrique entre l'agent et le sujet n'est pas applicable dans la pratique. Il est donc nécessaire de faire le premier pas vers le sujet, de (mieux) le connaitre, de se changer soi-même en fonction de lui avant d'essayer de changer l'autre. En outre, afin de comprendre les effets réels du soft power peut-être est-il indispensable de passer à une échelle humaine, au niveau des interactions entre individus et de la médiation culturelle locale.

2.2. LIMITES CONCEPTUELLES

La relation entre hard et soft power, ou – traduit en français – pouvoir dur et pouvoir mou, pose une série de questions que nous allons aborder maintenant :

1) Peut-on dire qu'il existe une partie « molle » et une « dure » du pouvoir ?
2) Faire en sorte que les autres veulent ce que nous voulons peut signifier deux choses : s'agit-il
    a. De faire en sorte que les autres fassent preuves de complaisance volontaire et systématique face à nos décisions ?
    b. Ou de faire en sorte que les autres aspirent à la même chose que nous ?
3) Faire en sorte que les autres <u>fassent</u> (hard) ou <u>veulent</u> (soft) ce que nous voulons ne s'inscrit-il pas dans une même stratégie où l'on aurait confondu finalité, buts et moyens du pouvoir ?

Pour répondre à ces interrogations il nous faut introduire et utiliser la notion de *pouvoir-modelage*[97]. En effet, l'étymologie des mot pouvoir/power, Macht/Мощь et 勢 (shì) semble déboucher sur l'idée de pétrissage et de modelage. L'image du modelage des premiers hommes par les dieux avec de l'argile est aussi utilisée dans les mythes de la création des traditions chinoise, égyptienne, grecque, islamique et judéo-chrétienne. Nous retrouvons cette idée du modelage par le pouvoir chez Foucault dans sa description des régimes disciplinaires. Ceci porte à la conclusion que le pouvoir est de nature molle et que sa partie soi-disant « dure » pointe du doigt un autre phénomène : celui de la domination (Herrschaft) chez Max Weber. La notion de pouvoir-modelage ne nous aide pas directement à trancher entre complaisance

---

96 Alain Juppé; Louis Schweitzer, *Livre blanc sur la politique étrangère et européenne de la France*. *op. cit.*, p. 32.

97 Ce terme est issu des premières réflexions sur le pouvoir que développé dans l'article suivant en tant que *shaping power*: Adrien Houguet, *The Intercultural Shaping of Intelligentsia's representations of the world*. *op. cit.*, p. 33–36.

volontaire et partage de ses aspirations mais montre que le « modelage » peut poursuivre ces deux intentions. Le soft power, quant à lui, semble poursuivre le but d'un modelage des représentations du monde de l'autre afin de les faire converger avec les siennes. Enfin, nous abordons le fait que pouvoir mou et pouvoir dur ne sont pas opposés dans leurs conceptions, mais s'inscrivent dans une même stratégie, ou la partie « dure » représenterait la finalité et la partie « molle » un des buts du pouvoir.

2.2.1. La notion de pouvoir-modelage

Nous avons brièvement abordé la notion de pouvoir dans le contexte de création du concept de soft power, dans son insertion dans les trois/quatre aspects du pouvoir et dans sa traduction en français comme pouvoir mou. Le but des prochains paragraphes est celui d'une étude en profondeur de la notion de pouvoir par une approche étymologique, mythologique et métaphysique. Certains termes que nous avons mentionnés plus haut, par exemple la culture, l'influence ou la propagande, se sont avérés être des métaphores (la culture de l'esprit, l'écoulement d'un flux d'information chez l'humain, la semence de la foi). Leur image première s'est bien souvent fait éclipser par une longue liste de commentaires philosophiques, politiques et morales à leur propos, mais aussi par leur utilisation quotidienne. Nous avons remarqué plus haut que les termes ont pris une dimension moins imagée, plus technique et mieux taillée pour notre bureaucratie moderne.

L'avantage des termes qui viennent d'être mentionnés plus haut est que l'on peut assez facilement retrouver chez eux l'image qu'ils évoquent, soit parce que la métaphore est datée et rattachée à un auteur (Cicéron au 1er siècle avant notre ère pour la culture, Thomas A. Jesu en 1613 pour la propagande) ou parce que le mot laisse encore transparaître l'image dont il provient (in-fluencer). Le terme de pouvoir n'est pas rattaché à un auteur qui l'aurait utilisé en premier comme métaphore et qui pourrait être daté, il ne laisse pas non plus transparaitre une image qui serait directement saisissable. Cependant, en se penchant sur l'étymologie du terme, il semble qu'il appartienne au même phénomène d'un élargissement lexical par la métaphore[98] que les trois autres mentionnés plus haut.

Les études sur l'étymologie du mot pouvoir dans les domaines qui recherchent sa mise en application sont peu nombreuses et, bien souvent, peu fructueuses. Joseph Nye, par exemple, utilise un dictionnaire mais ne fait pas de recherches étymologiques[99]. « Pouvoir » en français et « power » en anglais ainsi que ses dérivés (possession, possible, possibilité, potentiel etc.) ont une racine commune en vieux

---

[98] Sandrine Zufferey; Jacques Moeschler, *Initiation à l'étude du sens*, Editions Sciences Humaines, 2012, p. 111–125; Jean-Baptiste Renault, *Théorie et esthétiques de la métaphore. La métaphore et son soupçon, entre correspondances et dissemblances, métaphores linguistiques et iconiques.*, Paris III, 2013, p. 84–95.

[99] Joseph S. Nye, Jr., *The future of power*. *op. cit.*, p. 6.

français : « poeir »[100]. Cette dernière dérive du latin « possum » signifiant être (sum, littéralement : je suis) capable (potis)[101]. Si un anglophone découvre quelque chose de nouveau ici, un francophone reste encore sur sa faim : en effet le verbe « pouvoir » est lui aussi synonyme d'être capable. En creusant plus nous tombons sur le grec ancien « ποσις » ainsi que sur la reconstruction **potis* en indo-européen qui veulent dire époux ou maitre [de maison] (voir grec ancien : δεσ-πότης)[102]. Ainsi *possum* reprend l'idée d'« être maitre de » dans le sens de posséder mais aussi dans le sens d'avoir la maitrise, d'être capable. L'expression « être capable » s'appuie sur la métaphore de la dextérité de la main. En effet « capable » vient du latin « habilis » qui signifie commode à tenir. Il vient lui-même du verbe « habeo » qui prend le sens de tenir, d'avoir en main[103]. De son côté « maître » vient du latin « magister »[104] venant lui-même de « magis » / « magnus » signifiant grand et puissant[105]. Sa reconstruction indo-européenne **meĝh-* est proche de deux autres :**maĝh-* et **maĝ-* qu'il nous faut étudier maintenant.

Jusqu'ici, les résultats de l'étymologie du mot « pouvoir » ne sont pas encore tout à fait satisfaisants. L'image du maitre nous renvoie à celle de l'autorité ou de la possession qui est utile pour parler du Pouvoir au sens institutionnel mais moins adaptée pour expliquer le pouvoir qui opère dans une relation supposée d'égal à égal. L'image de la main derrière « être capable » est intéressante mais le mot ne nous renvoie pas directement au mot « pouvoir » étymologiquement. Ainsi, pour aller plus loin dans nos recherches, il nous faut passer par une autre langue. Le substantif « pouvoir » en tant que pouvoir relationnel est traduit dans la majorité des cas par « Macht » en allemand. Du reste « might » en anglais, « мощь » en russe ou « magie » et « machine » ont une racine commune avec « Macht »[106]. Nietzsche pensait que le mot venait directement de « machen » (faire. Make en anglais)[107]. Ce n'est pas tout à

---

100 Catherine Soanes; Judy Persall, *Oxford dictionary of English*. *op. cit.*, power.

101 Félix Gaffiot; Pierre Flobert, *Le grand Gaffiot*. *op. cit.*, p. 1206.

102 Le mot despote vient des deux racines *déms (maison) et pótis (maître) Julius Pokorny, *Indogermanisches etymologisches Wörterbuch*. *op. cit.*, *potis.

103 Félix Gaffiot; Pierre Flobert, *Le grand Gaffiot*. *op. cit.*, p. 730–732. Il est à rapprocher avec « manipulation » de « manus » la main et « plenus » plein et qui en latin médiévale, « manipulare », signifie « conduire par la main » Dans ce cas non seulement la main tient quelque chose mais elle fait un mouvement avec, elle est active. Le terme est à prendre ici de manière neutre, épuré de sa connotation actuelle signifiant « manœuvrer de manière occulte » Centre National de Ressources Textuelles et Lexicales. *op. cit.*

104 Ethan A. Andrews; Charlton T. Lewis, *A Latin dictionary*. *op. cit.*

105 En effet, *μεγας* en grec ancien signifie « grand » et/ou « puissant ». Julius Pokorny, *Indogermanisches etymologisches Wörterbuch*. *op. cit.*.

106 Le terme de μάγος semble être apparu en Grèce antique au V^ème^ siècle av. J.-C. et est un emprunt du vieux persan maguš, dont l'origine est difficile à détecter. Le mot persan semblait designer un vieux sage plus qu'un « magicien ». Le terme latin « magus » dérivé du grec signifie aussi magie / magicien. Tous les termes Macht, Might, Magie, Machine se raccroche à la reconstruction indo-européenne **maĝ(h)-* Aaron Cheak, *Magic through the Linguistic Lenses. Of Greek mágos, Indo-European *mag(h)-, Sanskrit maya and Pharaonic Egyptian heka.* in « Journal for the Academic Study of Magic », 2 / 2012, p. 167

107 Volker Gerhardt, *Vom Willen zur Macht. Anthropologie und Metaphysik der Macht am exemplarischen Fall Friedrich Nietzsches*, Berlin, Boston, De Gruyter, 1996, p. 10.

fait exact en termes d'étymologie. Cependant, « Macht » et « machen » viennent de deux racines indo-européennes très proches *maĝh- (pouvoir, aider[108], être capable) et *maĝ- (pétrir)[109]. Le philosophe Jean Gebser pointe du doigt une constellation de mot qui doit avoir une racine commune tel que « machen », « Macht » mais aussi « Mechanismus » ou « Machine »[110] dans le sens d'« artéfact »[111]. Ainsi le pouvoir, la main, le pétrissage, la création d'artéfacts semblent avoir un lien qui reste toutefois difficile à prouver seulement par l'étymologie de mot « Macht ».

En dehors du monde indo-européen le mot pouvoir peut-être traduit par 勢 (shì) en chinois traditionnel[112]. D'après le Shuōwén Jiězì[113] « le caractère se composerait d'une main tenant une motte de terre symbole d'autorité. Par la suite y a été adjoint le radical de la force. Il s'agit d'une représentation de la puissance conférée par une occupation territoriale »[114]. Nous retrouvons ici une image qui s'accommode bien avec nos recherches semi-fructueuses sur les racines indo-européennes *maĝh- et *potis. La main semble jouer un rôle central ici : tout d'abord avec l'idée de possession d'un domaine terrestre (δεσ-πότης), le fait de tenir quelque chose dans la main (être capable), la main tendue synonyme d'aide (*maĝh), mais aussi la main qui pétrit (*maĝ) : c'est la terre que l'on doit labourer afin de la rendre fertile ou l'argile que l'on modèle afin d'en faire des pots[115] (création d'artéfacts).

---

[108] À noter la notion d'aide dans la racine *maĝh- du mot « Macht ». Cette notion se retrouve dans le mot russe « помогать »

[109] « Die sprachliche Wurzel [von Macht] führt nicht auf das "Machen", wie Nietzsche gelegentlich meint, sondern auf die "Kunst" und das "Können". Der indogermanische Stamm (magh-) ist mit "können", "vermögen", "fähig sein" zu übersetzen. Auch die Wörter "mögen", "vermögen" oder "Möglichkeit" lenken auf diesen Ursprung zurück. [...] Die Ausrichtung auf Zukunft unterscheidet die "Macht" wesentlich vom "Machen", dessen bereits ähnlich lautende etymologische Wurzel (indogermanisch: mag-) den unmittelbaren Werkbezug auf eine Sache im Sinne von "kneten", "pressen", "formen", "bilden" bezeichnet. Das "Können", das die Macht ursprünglich bedeutet, ist nicht in gleicher Weise auf die Bearbeitung von Gegenständen beschränkt, sondern schließt auch andere Möglichkeiten des Tuns ein. » *Ibid.*, p. 10

[110] Jean Gebser cité dans Aaron Cheak, *Magic through the Linguistic Lenses*. *op. cit.*, p. 267.

[111] Kunst. Volker Gerhardt, *Vom Willen zur Macht*. *op. cit.*, p. 10.

[112] Le caractère est lui-même composé de la clé 力 (lì) signifiant actuellement force et de 埶 (shì). L'évolution picturale de 力 nous conduit soit à un bras plié soit à une charrue. La seconde variante semble plus probable puisqu'il fait son apparition auprès du caractère 田 (le champ) dès la dynastie Zhou de l'ouest (1046-771 av. J-C.). 埶 est lui-même composé de 坴 (lù) signifiant une motte de terre ou d'argile et de 丸 qui est une évolution de 丮 (jǐ) et signifie tenir. Le caractère 坴 vient de son côté de 圥 qui est une forme altérée de 木 (mù), l'arbre, la plante, au-dessus de 土 (tǔ) le sol. 埶 est aussi la forme originale de 藝 qui signifie l'art, la compétence. Xǔ Shèn (许慎), *说文解字 (Shuōwén Jiězì)*, 121, 勢; Zhang Yushu (張玉書); Chen Tingjing (陳廷敬), *康熙字典 (Kāngxī zìdiǎn)*, 1716, p. 149

[113] Il s'agit d'un dictionnaire chinois de l'époque de la dynastie des han (II[ème] siècle de notre ère).

[114] Sylvain Auroux, *La pensée chinoise. Dictionnaire*, Paris (6, avenue Reille 75685), P.U.F, 2020, p. 156.

[115] De même « poterie » et « pétrir » pourraient se rapprocher de la racine indo-européenne *potis, et donc de pouvoir, au vu de leur ressemblance tant au niveau de la prononciation que du sens. Un lien

Nous ne pourrions soutenir la notion de pouvoir-modelage que par les recherches étymologiques du mot pouvoir évoquées plus haut. Il existe aussi dans le mythe de la création des traditions chinoise, égyptienne, grecque, islamique et judéo-chrétienne un lien entre puissance [divine] et modelage, notamment lors de la création de l'humanité à partir de glaise. Ainsi, la création d'Adam dans la tradition chrétienne, islamique et judaïque se serait faite en modelant de la terre ou de l'argile[116]. Il s'avère aussi que le dieu Khnoumou de l'Égypte antique « avait amassé le limon des eaux [d'une cataracte du Nil] et en avait modelé les êtres sur le tour du potier »[117]. En cherchant du côté de la mythologie classique nous pouvons citer ici Prométhée qui, selon Apollodore, aurait mélangé de l'eau et de la terre et aurait ainsi créé les hommes[118]. Enfin, pour finir ce très bref tour d'horizon, la déesse Nuwa 女媧 dans la mythologie chinoise aurait aussi créé les premiers hommes à partir de glaise[119].

L'étymologie et la mythologie renforcent l'idée que le pouvoir serait une métaphore du modelage dans les cultures que nous avons citées plus haut. De plus, l'approche *cosmogonique* nous indique que le pouvoir-modelage s'appliquerait aussi à la création des femmes et des hommes. Il est ainsi possible de comparer ces résultats avec la philosophie moderne de Foucault sur la technologie du pouvoir disciplinaire :

> « Seconde moitié du XVIIIe siècle : le soldat est devenu quelque chose qui se fabrique ; d'une pâte informe, d'un corps inapte, on a fait la machine dont on a besoin ; on a redressé peu à peu les postures ; lentement une contrainte calculée parcourt chaque partie du corps, s'en rend maitre, plie l'ensemble, le rend perpétuellement disponible, et se prolonge, en silence, dans l'automatisme des habitudes ; bref, on a 'chassé le paysan' et on lui a donné l''air du soldat'.» [120]

Ce que décrit Foucault c'est un pétrissage, un modelage ou remodelage d'un corps déjà modelé de manière à faire d'un paysan un soldat. Le divin n'est plus à l'œuvre mais

---

analogue entre **maĝh-* et **maĝ-* peut le laisser supposer. Peter Digser utilise intutivement la métaphore du potier pour parler de pouvoir : « this resistance may be unreflective, the way cold clay responds to a potter's hands, or it may be a deliberate response to a felt imposition. » Peter Digeser, *The Fourth Face of Power*. *op. cit.*, p. 985. De plus il pourrait exister un lien avec le mot « ποιέω » (créer) en grec ancien tant par son aspect que par son sens. Ces pistes ne seront pas approfondies ici.

116 Louis Segond, *Sainte Bible*, Woodstock, Ontario, Canada, Devoted Publishing, 2017; Gen. 2,7 ; Isaïe 64,8 ; Albouraq, *Le Saint Coran. Essai de traduction en langue française du sens de ses versets*, Beyrouth, Albouraq, 2008: 3,59 ; 23,12 37,11 ; 38,71-72.

117 «Il est appelé à Philæ < Khnoumou,... le père des dieux, qui est lui-même, qui pétrit (khnoumou) les humains et modèle (masou) les dieux > (BRUGSCH, Thésaurus Inscriplionum Ægyptiacarum, p. 752, n : 11)» G. Maspero, *Histoire ancienne des peuples de l'orient classique. Les origines*, Paris, Librairie Hachette Et Cie, 1895, p. 128.

118 Ugo Bratelli, *Apollodore, I, 7, 1-2*, 2001.

119 « Most etiological myths of the creation of humankind narrate that the substance from which humans were made was dust, as in Genesis, or else earth, or dirt, or clay. The motif of clay, dirt, soil, or bone to create the first humans is examined in a cross-cultural survey by Frazer (1935, 5-14). In this myth of Nu Kua, humans are made from the materials of yellow earth and mud. » Anne Birrell, *Chinese mythology. An introduction*, Baltimore, Johns Hopkins University Press, 1993, p. 34

120 Michel Foucault, *Surveiller et punir. Naissance de la prison*, Paris, Gallimard, 1993, 1. éd. 1975, p. 137.

le régime disciplinaire. C'est la main de l'Homme qui conduit, qui gouverne [121], qui dresse, qui corrige, qui modèle. Il est intéressant de constater que le terme de « machine » est employé ici. En effet, nous avons vu plus haut qu'il appartenait à la même racine indo-européenne **magh* : c'est l'artéfact qui est produit à partir du corps humain grâce au pouvoir.

Tout laisse penser que le pouvoir pourrait provenir de la métaphore du modelage. Cependant, il ne peut exister de preuve ultime pour un concept aussi ancien que les premières civilisations. L'introduction du *pouvoir-modelage* ici a avant tout pour but de remettre en question l'idée d'une nature « molle » et « dure » du pouvoir, théorisée par Nye. En effet, un modelage ne peut s'effectuer avec dextérité et dynamisme que sur une substance molle, modelable[122]. Toutefois, avec de la patience, même les matériaux rigides peuvent être modelés. La pensée chinoise compare le shi (pouvoir) à « la force de l'eau qui fait rouler les galets »[123] et creuse le lit des fleuves. Cette idée est à mettre en parallèle avec deux autres proverbes chinois : 以柔克刚 (Yǐ róu kè gāng), « utilise la souplesse pour contrer la rigidité » et 滴水穿石 (dī shuǐ chuān shí) « les gouttelettes d'eau perforent la pierre », qui est une métaphore de la patience[124]. Le pouvoir, c'est le mou. C'est l'eau qui s'infiltre entre les rochers et qui, à force de patience et avec une énergie constante, arrive à les faire déplacer et à les polir. Cette image est très proche de celle d'in*fluence* : ce sont les flux qui se mélangent lors des interactions entre les hommes par-delà les institutions, la violence et la hiérarchie.

Le dur, c'est autre chose. Une des thèses principales de Byung-Chul Han dans son essai « qu'est-ce le pouvoir ? » est de dire que le pouvoir s'oppose à la violence (Gewalt) car la violence établit une rupture dans la relation de pouvoir[125]. Le pouvoir ne désigne pas non plus directement la domination structurelle. Lorsqu'il introduit le terme de hard power, en opposition au soft power, Joseph Nye lui donne tout d'abord le nom de *command power*[126] : le fait de faire en sorte que l'autre fasse ce qu'on lui demande. Nye pointe du doigt ici plutôt le phénomène de *domination* (Herrschaft) décrit par Weber. Il s'agit de la probabilité qu'un ordre avec un contenu spécifique soit obéit par les

---

121 Foucault utilisera le mot « gouverner » au sens large ou « conduire » pour parler de pouvoir. Michel Foucault, *Analytik der Macht*, Frankfurt am Main, Suhrkamp, 7ème éd., 2017, 1. éd. 1978, p. 256. Ceci est à rapprocher de la notion de manipulation (voir plus haut).

122 « **Modeler** vt 1. Pétrir de la terre, de la cire etc. pour obtenir une certaine forme. [...] 3. Régler quelque chose, son action, les conformer par rapport à un modèle» *Le Larousse de poche. Dictionnaire de la langue française et de la culture essentielle*, Paris, Larousse, 2003, p. 521. Hormis la définition française, la définition russe inclue aussi la notion de « substance molle » : « **Слепить** – создать что-либо путём лепки из мягкого вязкого материала ». Татьяна Ф. Ефремова, *Новый словарь русского языка. Толково-словообразовательный*, Москва, Русский язык, 2000.

123 Sylvain Auroux, *La pensée chinoise*. *op. cit.*, p. 157.

124 Cités dans Ying Fan, *Soft Power*. *op. cit.*, p. 3.

125 Byung-Chul Han, *Was ist Macht ?*, Stuttgart, P. Reclam, 2005.

126 Joseph S. Nye, Jr., *Soft Power*. *op. cit.*, p. 167.

personnes concernées[127]. Or, il arrive parfois que le pouvoir précède la structure. Carl Schmitt utilise notamment le terme d'*antichambre du Pouvoir [institutionnel]* (Vorraum der Macht) pour décrire le pouvoir du valet de Frédéric le Grand en devenant le confesseur privilégié du roi de Prusse[128]. Cet exemple nous montre que le pouvoir peut s'affranchir des structures hiérarchiques.

2.2.2. « Partager ses aspirations » versus « faire preuve de complaisance volontaire »

L'introduction du pouvoir-modelage nous permet aussi d'interroger les buts du soft power. En le définissant comme le fait de faire en sorte que les autres veulent ce que nous voulons, Nye ne précise pas exactement s'il s'agit de partager nos aspirations ou que les autres fassent preuves de complaisance volontaire. En effet, l'inventeur du concept nous met sur la première comme sur la deuxième piste. Tout d'abord, Nye signale à la fois que « l'attraction peut mener à la complaisance »[129] et que le soft power représente entre autres le troisième aspect du pouvoir développé par Lukes, que nous avons brièvement abordé plus haut. Pour rappel, il s'agit de la capacité de modifier les préférences de l'autre au détriment de ses intérêts objectifs[130]. Ceci rejoint l'idée d'*hégémonie culturelle* proposée par Gramsci afin d'expliquer l'acceptation du système capitaliste par la classe ouvrière alors qu'il agit contre son intérêt par l'éducation, l'élitisme culturel etc.[131]. Cela rejoint aussi le concept de *subjectivation* développé par Foucault. Il s'agit de la fabrique du sujet par le pouvoir[132]. Dans l'exemple du soldat étudié plus haut, Foucault parle d'une « machine » formée et optimisée pour exécuter chaque ordre sans broncher, même face à la mort. Selon Foucault, le pouvoir qui est exercé sur le soldat est le plus visible au moment de sa formation[133]. Pourtant, c'est lorsqu'il la finit et qu'il est devenu un « vrai soldat » faisant preuve de complaisance volontaire et systématique face à un ordre que le pouvoir des officiers sur le soldat est le plus grand.

Le pouvoir [modelage] peut aussi contenir un autre but : celui de partager ses aspirations sans avoir l'intention de nuire à l'autre ou à ses « intérêts objectifs ». Dès

---

127 « Herrschaft soll heißen die Chance, für einen Befehl bestimmten Inhalts bei angebbaren Personen, Gehorsam zu finden » Max Weber, *Wirtschaft und Gesellschaft*, Tübingen, J.C.B. Mohr (P. Siebeck), 2015, 1. éd. 1922, p. 28.

128 Carl Schmitt, *Gespräche über die Macht und den Zugang zum Machthaber*, Stuttgart, Klett-cotta, 2008 [1st ed. 1954], p. 22–23.

129 Joseph S. Nye, Jr., *Soft power*. *op. cit.*, p. 6.

130 Steven Lukes, *Power*. *op. cit.*, p. 38

131 Antonio Gramsci, *Gefängnishefte*, Hamburg, Argument-Verl., 1996, 1. éd. 1948-1951 postum., heft 12.

132 Le concept foucaldien de *subjectivation* assume l'idée que c'est le pouvoir qui forme le sujet. Margus Vihalem, *Qu'est-ce qu'une subjectivation ? op. cit.*

133 Selon Foucault, c'est là où les résistances sont les plus grandes que le pouvoir est le plus visible, c.à.d. dans les institutions s'occupant des marginaux de la société : l'hôpital chez les malades, la prison chez les criminels, l'école pour les enfants, la caserne pour les soldats, l'usine pour les ouvriers … Michel Foucault, *Surveiller et punir*. *op. cit.*, p. 229.

l'introduction du terme de soft power en 1990, Nye fait une métaphore des parents à l'enfant dans laquelle les parents ont un plus grand pouvoir lorsque l'enfant partage les mêmes aspirations qu'eux[134]. Nous retrouvons aussi cette idée chez *Pinocchio* de Carlo Collodi. En effet, Geppetto, le père du pantin, crée Pinocchio dans du bois afin d'obtenir un fils sans passer par l'intermédiaire d'une femme[135]. Ses raisons sont avant tout économiques plus qu'affectives[136]. L'image de la marionnette n'est pas sans rappeler les méthodes d'éducation à la fin du XIXème où l'enfant « doit-être dressé comme un animal et contrôlé de toute part comme un pantin » pour entrer dans l'âge adulte[137]. Si Pinocchio montre, dans un premier temps, une résistance farouche aux conseils de son père, il finit par les assimiler pour devenir un véritable garçon « comme il faut » [138] prêt à devenir un adulte autonome (financièrement et socialement). Dans cet exemple, l'enfant, tout comme le soldat décrit par Michel Foucault plus haut, est modelé puis dirigé par la main (métaphore du pantin) pour en faire un adulte. Pourtant c'est lorsque Pinocchio cesse d'être une marionnette, c'est-à-dire lorsque les « fils » entre lui et son père ont été rompus, que le pouvoir de Geppetto agit au mieux sur son fils : il partage alors avec lui la volonté d'accéder à une classe plus aisée que leur ancienne condition d'artisan pauvre. Ce qu'ils réussissent finalement à atteindre grâce à Pinocchio.

Entre l'exemple du soldat et celui de Pinocchio les méthodes sont les mêmes. Les résultats diffèrent pourtant. Le soldat de Foucault est semi-autonome : il marche aux ordres de ses supérieurs, il a été *assujetti* c'est à dire un sujet qui obéit[139]. Geppetto n'a pas besoin de donner d'ordre, Pinocchio agit de manière automne avec la même volonté que celle de son père. Il est aussi devenu un sujet avec sa propre subjectivité[140], issue de celle de son père. Dans les deux cas, que ce soit l'officier-formateur ou le père du pantin, ils exercent lors de la formation un pouvoir *sur* le soldat ou *sur* le pantin qui leur opposent une certaine résistance. Au sortir de cette formation le soldat est toujours soumis au pouvoir de ses supérieurs, dans le cas de Pinocchio le père n'exerce plus de

---

134 « Parents of teenages have long known that if they have shaped their child's beliefs and preferences, their power will be greater and more enduring than if they rely only on active control. » Joseph S. Nye, Jr., *Soft Power*. *op. cit.*, p. 166.

135 Ceci n'est donc pas sans rappeler la création d'Adam bien que le modelage se fasse sur une matière un peu plus dure, celui du bois. Il est aussi important de préciser l'absence de femmes, dans un premier temps, et chez Pinocchio, qui n'a qu'un père et dans la filiation citée plus haut. Il s'agit d'un reflet de l'époque, où les femmes jouaient un rôle mineur dans la société à la fin du XIXème en Italie, tout comme en au premier millénaire avant J-C.

136 Jean-Marie Apostolidès, *Pinocchio ou l'éducation au masculin* in « Littérature » n°1, 73 / 1989, p. 20.

137 *Ibid.*, p. 21.

138 Traduction française de « un ragazzino perbene » du chapitre XXXVI de « Le avventure di Pinocchio Storia di un burattino » par Carlo Collodi

139 Foucault définit la notion d'assujettissement, dans un premier temps, comme la création d'un sujet docile. Il changera d'avis par la suite, comme nous le prouve la note de bas de page suivante. Michel Foucault, *Histoire de la sexualité*, Paris, Gallimard, 1994, p. 112.

140 « There are two meanings of the word „subject": subject to someone else by control and dependence; and tied to his own identity by a conscience or self-knowledge. Both meanings suggest a form of power which subjugates and makes subject to." Foucault 1982 p. 781

pouvoir *sur* le pantin : il a du pouvoir *avec* le sujet[141]. En effet, tous deux agissent de pair et Geppetto installe une continuation de sa propre volonté chez son descendant[142]. Cette dernière survivra donc après sa mort. Le facteur primordial entre la formation du soldat et l'éducation de l'enfant est celui de l'intentionnalité de l'exercice du pouvoir. Selon Byung-Chul Han, il n'y a pas de pouvoir sans intentionnalité, sans calcul, sans stratégie. C'est d'ailleurs ce qui peut différencier le pouvoir de la simple influence[143]. Lors de la formation du soldat et lors de l'éducation son enfant il existe ainsi deux intentions différentes, deux stratégies divergentes. Le supérieur cherche à renforcer le rapport de domination qui existe avec le soldat de rang, il tend à creuse l'écart entre lui et la personne qui lui est soumise. Il souhaite vider le soldat de quelconque volonté afin qu'il soit au mieux réceptif de n'importe quel ordre de la hiérarchie. L'intention d'un parent envers son enfant est bien différente. Il souhaite faire de son enfant un adulte égal, voire supérieur (socialement, physiquement) à lui-même. Il essaye ainsi de forger la volonté de son enfant de manière à ce qu'elle soit imprégnée de la sienne.

Nous avons donc vu brièvement deux intentions du pouvoir-[modelage] : la complaisance volontaire et le fait de partager ses aspirations. Quelle intention est poursuivie par le soft power ? La question n'est pas tranchée. Gallarotti semble indiquer que la balance pencherait plus en faveur de la seconde option : « l'influence peut être acquise si un acteur est capable de modeler les préférences et les intérêts des autres acteurs afin qu'ils convergent au plus près de ses propres préférences »[144]. Il nomme ce processus de modelage des préférences afin qu'elles convergent aux siennes par le terme de *soft empowerment*[145]. Ainsi le concept de soft power, s'il est employé dans le but de partager ses aspirations, poursuit le but de *modelage des représentations du monde* de l'autre afin de les faire converger avec les siennes. Ces dernières englobent non seulement les préférences, mais aussi la façon dont on se représente le monde ainsi que les modèles de comportement pour des actions futures. Ce terme est abordé de manière détaillée dans le chapitre suivant.

2.2.3. Confusion entre finalités et buts du soft power

Dans l'introduction de cette thèse nous avons abordé la différentiation entre finalités, buts et moyens de la guerre selon Clausewitz. Pour rappel, il faut distinguer selon lui la *finalité* (der Zweck), ce que l'on veut atteindre par la guerre, le *but* (das

---

141 Cette distinction entre pouvoir sur (power over) et pouvoir avec (power with) est aussi précisé chez Joseph S. Nye, Jr., *The future of power*. *op. cit.*, p. 90 et p. xvii

142 C'est aussi le but de pouvoir selon Byung-Chul Han : celui d'installer une continuation de soi chez l'autre Byung-Chul Han, *Was ist Macht ? op. cit.*

143 *Ibid.*, p. 24.

144 « Influence can be acquired if an actor is able to mold the preferences and interests of other actors so as to converge closer to its own preferences and interests » Giulio M. Gallarotti, *Soft Power*. *op. cit.*, p. 29.

145 *Ibid.*, p. 36.

Ziel), ce que l'on veut réaliser dans la guerre, et le *moyen* (das Mittel), comment on veut atteindre la finalité. Pendant la guerre le moyen utilisé est la violence[146]. La stratégie désigne, quant à elle, ce comment on atteint le but.[147]

> « La guerre n'est que la continuité de la politique par d'autres moyens. [...] La guerre n'est pas qu'un acte politique mais un véritable instrument de la politique » [148]

Sa citation la plus célèbre nous indique que la guerre est subordonnée à un objectif qui lui est supérieur et ne représenterait qu'un des moyens possibles, par usage de la violence, pour atteindre une finalité politique. Le soft power représente un autre moyen, poursuivant ses propres buts afin d'atteindre une même finalité politique. Il en est de même pour le hard power.

Nous avons vu plus haut les buts du soft power qui oscillent entre complaisance volontaire ou partager ses aspirations, qu'en est-il de la finalité qu'il poursuit ? La violence de la guerre, la possibilité de commander les autres par le poids [potentiel] de l'armée et de l'économie (hard power), ou le fait de modifier la volonté de l'autre par des facteurs « soft » semble poursuivre une même finalité. Pour Clausewitz, « la guerre est donc un acte de violence pour forcer l'adversaire à exécuter notre volonté »[149]. Ceci rejoint la définition du pouvoir selon Max Weber : « le pouvoir signifie chaque occasion d'imposer sa volonté au sein d'un relation sociale, même face des aspirations contraires et peu importe la manière »[150]. Cela rejoint aussi le premier aspect du pouvoir selon Dahl que nous avons brièvement abordé plus haut. Pour rappel il s'agit de la capacité de A à obtenir de B qu'il fasse quelque chose à quoi ce dernier ne serait pas résolu sans A[151,152]. Ces trois définitions décrivent une même finalité du pouvoir : de faire en sorte

---

146 « La violence, c'est-à-dire la violence physique [...], est donc *le moyen* d'imposer notre volonté à l'ennemi, c.à.d. *la finalité* [de la guerre]. Pour être sûr d'atteindre cette finalité, nous devons désarmer notre ennemi et ceci est *le but* intrinsèque à l'acte de guerre. / Gewalt, d.h. physische Gewalt [...], ist also *das Mittel,* dem Feinde unseren Willen aufzudringen, *der Zweck*. Um diesen Zweck zu sicher zu erreichen, müssen wir den Feind wehrlos machen, und dies ist dem Begriff nach dem eigentlichen Ziel der kriegerischen Handlung. » Carl v. Clausewitz, *Vom Kriege*. *op. cit.* Traduction de l'auteur.

147 «La stratégie est le choix du moyen pour un but donnée » Michel Foucault, *Analytik der Macht*. *op. cit.* p.261

148 „der Krieg ist eine bloße Fortsetzung der Politik mit anderen Mitteln. [...] daß der Krieg nicht bloß ein politischer Akt, sondern ein wahres politisches Instrument ist.“ Carl v. Clausewitz, *Vom Kriege*. *op. cit.*, Buch I, 24 Traduction de l'auteur.

149 „Der Krieg ist also ein Akt der Gewalt, um den Gegner zur Erfüllung unseres Willens zu zwingen“ *Ibid.*, p. 20 Traduction de l'auteur.

150 « Macht bedeutet jede Chance, innerhalb einer sozialen Beziehung den eigenen Willen auch gegen Widerstreben durchzusetzen, gleichviel worauf diese Chance beruht » Max Weber, *Wirtschaft und Gesellschaft*. *op. cit.*, p. 28 Traduction de l'auteur.

151 "A has power over B to extent that he can get B to do something that B would not otherwise do." Robert A. Dahl, *The concept of power*. *op. cit.*, p. 202. La traduction de cette traduction a été prise dans Philippe Braud, *La science politique*. *op. cit.* p.10.

152 En se focalisant sur le comportement de B et en analysant le pouvoir au niveau du sujet qu'il lui est soumis on omet la dépendance qu'a A envers B pour obtenir ce qu'il veut et donc le « pourquoi » de l'exercice du pouvoir : puisqu'A est dépendant de B il faut que cette relation de pouvoir perdure. Une critique de ces deux définitions réside dans l'aspect ponctuel et aléatoire qu'aurait le pouvoir,

que l'autre fasse ce que nous voulons. Il ne s'agit ni plus, ni moins de la définition du hard power selon Nye.

La finalité du soft power n'est pas différente de celle du hard power : en faisant en sorte que l'autre veuille ce que nous voulons, nous voulons indirectement qu'il *agisse* en fonction de nos désirs – qu'il s'agisse de complaisance volontaire ou partage de ses aspirations. Ainsi, Selon Baldwin le soft power et le hard power ne s'opposent pas et se superposent inévitablement. En effet, « changer ce que les autres font est différent de changer ce que les autres veulent, mais ce n'est pas le contraire de changer ce que les autres veulent »[153]. Finalement, faire en sorte que les autres fassent ou veulent ce que nous voulons ne s'inscrit-il pas dans une même stratégie où l'on aurait confondu finalité, buts et moyens du pouvoir ? Le hard power et le soft power auraient des buts différents mais poursuivraient une même finalité. Le néoréaliste Kenneth Waltz affirme ainsi que dans une configuration anarchique, telle que les relations internationales, la sécurité doit-être la finalité poursuivie par chaque État. Le pouvoir (dur ou mou) est un moyen pour l'atteindre, il ne représente pas une finalité en soi[154]. Pour Heidegger, en réponse à Nietzsche, Darwin et – s'il avait été son contemporain – Waltz : « la vie n'est pas lié seulement [...] à un désir de survivre (Selbsterhaltung) mais aussi à celui de s'affirmer (Selbstbehauptung) » [155]. Le pouvoir de modeler la configuration des relations internationales selon son envie serait alors une finalité en soi. Le soft power représente une étape indispensable pour y arriver. Cette approche n'omet-elle pas la présence des autres, tout bonnement ?

négligeant ainsi toute stratégie à moyen et long-terme pour obtenir le résultat. L'ajout par Max Weber du « peu importe la manière » n'est pas suffisant pour décrire tous les objectifs intermédiaires pour arriver à la finalité du pouvoir relationnel indiquée plus haut.

153 « The problem is that changing what others do is different from changing what others want, but it is not the opposite of changing what others want » David A. Baldwin, *Power and international relations*. *op. cit.*, p. 166.

154 Kenneth N. Waltz, *Theory of international politics*, Reading, Mass., Addison-Wesley, 1979, p. 126.

155 « Das Leben nicht nur, wie Darwin meint, den Drang zur Selbsterhaltung hat, sondern ist Selbstbehauptung » Martin Heidegger, *Gesamtausgabe. II Abteilung : Vorlesungen, 1919-1944*, Frankfurt am Main, Klostermann, 1975-2012, p. 70, cité dans Byung-Chul Han, *Was ist Macht ? op. cit.*, p. 66

3. L'APPROCHE D'ACCOMMODATION

Nous avons consacré les deux chapitres précédents à l'approche du soft power. Pour rappel, nous l'avons étudié puisqu'elle se rapportait au mieux de la conclusion faite en introduction générale : si les logiques russes et européennes guidant leur action internationale sont contradictoires, alors il faut trouver un moyen de changer ces logiques. Parmi les concepts connus, c'est le soft power qui reprenait au mieux cette idée. Or, en développant cette approche nous avons esquissé quelques limites. Le soft power rentre dans le champ lexical de la propagande et n'est finalement pas un concept original qui désignerait un phénomène nouveau. Il s'agit d'une première limite du concept.

Le soft power a aussi des limites pratiques. Cette approche est surtout centrée sur l'agent, c'est-à-dire celui qui exerce le pouvoir mou, ainsi que sur ses ressources et sa capacité à attirer. Une telle focalisation peut nous laisser interpréter le soft power comme une approche asymétrique, voire unilatérale, qui se moque des préférences du sujet, c'est-à-dire celui sur qui le soft power est exercé. Cette interprétation est renforcée par la mécompréhension de la notion d'attraction par Joseph Nye : il s'agit moins du jeu de séduction, parfois désintéressé, qui se pratique lors des premiers instants de la relation que d'un rapprochement mutuel sur le long terme. De plus, l'attraction ne fonctionne que là, où sont partagées les mêmes valeurs : ce qui est attirant pour les uns peut être repoussant pour les autres. En outre, une approche qui s'acharne à modifier les préférences de l'autre de manière asymétrique doit compter sur des résistances de sa part. Elle doit aussi prendre conscience qu'il s'agit d'une stratégie dispendieuse et peu efficiente.

L'introduction de la notion de pouvoir-modelage nous a permis de révéler des limites conceptuelles entre la notion du hard power et de soft power. En effet, il n'y a pas de partie « dure » ou « molle » du pouvoir. Il s'agit en réalité de deux phénomènes bien distincts, celui de domination (Herrschaft) et celui de pouvoir. Le premier représente le « dur » : ce sont les rapports de forces qui se sont cristallisés dans un système institutionalisé de hiérarchie, d'autorité, voire d'oppression. Le second représente « le mou » : les rapports de forces encore à l'état liquide et qui, comme l'eau passe au travers des rochers, contournent les structures de dominations. La notion de pouvoir-modelage nous a aussi questionnés quant à l'intentionnalité du soft power : pourquoi souhaitons nous « modeler » (les préférences de) l'autre ? S'agit-il du fait de vouloir partager ses aspirations, dans l'idée d'apporter quelque chose à l'autre qui le fera grandir, ou de faire en sorte que l'autre fasse preuve de complaisance volontaire

afin de faire perdurer les rapports de domination ? Malgré le flou du concept, la balance semble plutôt pencher vers le premier but mentionné. Une autre faille du concept réside dans la confusion entre finalité et but du pouvoir : le fait que l'autre veuille ce que nous voulons n'est pas contradictoire avec le fait de faire en sorte que l'autre fasse ce que nous voulons. Ils s'inscrivent plutôt dans une même logique : le premier représente un objectif, le second la finalité.

La mise en évidence des limites du soft power nous permet d'élaborer maintenant une nouvelle approche. Cette dernière est basée à la fois sur le fait de changer les logiques de chaque acteur des relations internationales tout en prenant en compte les limites du soft power mentionnées plus haut. Premièrement, elle se doit de trouver ses racines dans une approche historique déjà existante plutôt que de s'aventurer sur la recherche d'une nouveauté. Il s'avère bien souvent – à la manière de la mode vestimentaire – que le nouveau est de l'ancien relooké[1]. Il s'agit donc de reprendre les bonnes pratiques (en anglais *best practices*) qui ont fonctionné par le passé et les adapter à la réalité présente. Deuxièmement, il nous faut partir sur une approche qui fonctionne sur le principe de la réciprocité. Son accent doit se déplacer de l'agent vers l'interaction avec le sujet. Elle est tenue de s'intéresser non seulement aux ressources de l'agent, la mise en valeur de ces dernières mais aussi aux préférences du sujet, ses propres ressources et la plus-value qui peut émaner d'une interaction entre agent et sujet. Ne devons-nous d'ailleurs pas abandonner cette configuration agent-sujet afin de concentrer notre attention sur l'échange entre deux entités ? Troisièmement, cette approche doit être claire dans son intention : il s'agit de partager ses aspirations avec l'autre, de lui apporter sa vision des choses et d'apprendre de lui en retour. Ou bien, inversement, d'intégrer les représentations de l'autre en faisant le premier pas et lui faire communiquer les siennes en retour. Cette approche est donc basée sur un enrichissement réciproque. Il ne s'agit surtout pas – sous le couvert d'échanges culturels – de renforcer des rapports hégémoniques. En écho à la précédente remarque, cette nouvelle approche doit affranchir au possible les échanges culturels des cadres de domination déjà existants, afin d'avoir des rapports de pouvoir équilibrés dans le dialogue.

Les chapitres suivants sont donc consacrés à la définition de cette nouvelle approche et à la réalisation de cette dernière dans le cadre de l'action culturelle de l'Allemagne et de la France en Russie. Cette approche développée en réponse aux limites du soft power se nomme « accommodation aux différentes représentations du monde par le dialogue interculturel entre les classes créatives de différents pays »[2] ou, de manière

---

1 Cette idée d'associer les « nouveaux » concepts à la mode vestimentaire est présente dans Schopenhauer Arthur Schopenhauer, *Parerga und Paralipomena 2. op. cit.*, p. 400.

2 Cette approche a été abordée et a connu un premier développement dans Adrien Houguet, *The Intercultural Shaping of Intelligentsia's representations of the world. op. cit.* et Adrien Houguet,

courte, l'approche d'accommodation. Notre étude porte donc sur les termes d'accommodation, de représentations du monde, de classe créative et de dialogue interculturel. Le principe de l'approche d'accommodation est ensuite résumé dans ses grandes lignes en guise de conclusion.

3.1. ACCOMMODATION

Nous avons vu dans le premier chapitre, grâce aux concepts associés au soft power, qu'il existe une certaine continuité dans la pratique et dans la recherche entre les notions de mission, de propagande, de relations publiques, de diplomatie publique et de soft power. Il nous est donc permis d'utiliser une approche historique antérieure à l'invention du soft power en réponse aux limites de ce dernier. Nous avons choisi ici de nous concentrer sur *l'approche d'accommodation* développée par les Jésuites en Chine entre 1583 et 1742[3]. Cette dernière est intéressante à bien des égards. Il s'agit d'une approche qui propose de faire le premier pas : il faut tout d'abord se changer soi-même, en s'accommodant à l'autre et à ses représentations du monde, avant d'essayer de vouloir modifier les préférences de l'autre. Ensuite, l'approche d'accommodation n'impose pas un « tout ou rien » par rapport aux modèles à importer, mais laisse la possibilité à l'autre de se les approprier en les intégrant au sein de ses propres croyances et pratiques. Enfin, cette approche s'adresse plutôt à l'élite culturelle qu'à la « masse » : il s'agit d'une stratégie de communication *en deux étapes*[4] afin d'espérer une meilleure réceptivité des modèles à importer.

L'approche d'accommodation, telle qu'elle a été employée par les jésuites en Chine au XVIIème siècle, permet d'obtenir des premiers éléments de solution en réponse aux limites du soft power. Il n'est cependant pas possible de la réemployer telle quelle de nos jours au risque de faire un anachronisme inopportun. Il faut donc la repenser pour l'adapter à notre époque. De plus cette approche historique présente des failles quant à l'*intention* qu'avaient les jésuites en Chine : partager ses aspirations ou sa foi, ne doit pas être compris comme le fait de les imposer au détriment des autres croyances et pratiques. Il s'agit plutôt d'un enrichissement mutuel où chacun peut apprendre de l'autre et découvrir voire inventer ensemble une façon originale de se représenter le monde. Un autre risque avec l'approche d'accommodation historique serait, à l'inverse, celui d'oublier l'originalité de ses propres croyances et pratiques. Ainsi une approche

---

Об аккомодации в гуманитарной политике Германии и Франции в Российской Федерации in Velikaya, Anna (éd.), *Regional Aspects of Humanitarian Politics*, traduit en français par l'auteur : Adrien Houguet, *L'importance de l'approche d'accommodation dans la diplomatie publique de l'Allemagne et de la France en Russie*, 2019.

3 Nous avons repris ici le cadre temporel proposé par Jürgen Wolff, *Using the Jesuits' accommodation experience in China. To guide change in Chinese organzational settings today*, Cheltenham, 2016 Cette approche est brièvement évoquée dans Matthias T. Vogt; Erik Fritzsche; Christoph Meißelbach, *Ankommen in der deutschen Lebenswelt. op. cit.*, p. 123

4 Le concept de P. Lazarsfeld « two-step communication » est présenté 1.2.1.

d'accommodation repensée nécessite ici deux choses : il s'agit de déplacer le focus non pas sur l'agent (soft power), ni sur le sujet (approche d'accommodation historique), mais sur l'interaction entre les individus et les groupes restreints à petite échelle.

Enfin, cette approche pensée pour la pratique doit être posée sur des fondements théoriques solides. Pour cela nous nous appuyons sur la théorie de l'appropriation culturelle proposé par Matthias T. Vogt *et al.*[5] La notion d'*enculturation secondaire* qu'ils proposent nous indique qu'une personne peut s'accommoder à une culture secondaire de manière proactive par le biais de « rituels ». Ces derniers peuvent être interprétés d'une façon plus contemporaine par le terme *d'évènements culturels et artistiques*.

3.1.1. Approche d'accommodation par les jésuites en Chine entre 1583 et 1742

Avant d'aborder les procédés de l'approche d'accommodation par les jésuites en Chine en 1583 et 1742, peut-être est-il nécessaire de faire un bref rappel du contexte dans laquelle ils l'ont développée. La Compagnie de Jésus est fondée en 1534 par Saint Ignace de Loyola et Saint François-Xavier entre autres et est approuvée par le pape en 1540. Son but principal est celui de la propagation du christianisme catholique à travers le monde[6]. Cet ordre religieux est formé de clercs réguliers masculins. Ses membres font vœu de pauvreté, de chasteté et de célibat ainsi que d'obéissance au pape. Dans une Europe déchirée par les guerres de religion, les jésuites sont de fervents serviteurs de la Contreréforme. Ils participent au Concile de Trente entre 1545 et 1563[7] et se soumettent aux vœux de la Congrégation pour la propagation de la foi en 1622[8]. Les activités de la Compagnie oscillent entre éducation pour la jeunesse (collèges jésuites), missions sur les cinq continents – notamment dans les colonies et les comptoirs espagnols, portugais et français – et travail intellectuel. Malgré une représentation géocentrique du monde, qu'ils défendent jusqu'au XVIII[ème] siècle[9], les jésuites ont d'excellentes compétences en sciences, notamment en astronomie et en mathématiques. Ceci leur servira de billet d'entrée à la cour impériale chinoise.

---

5 Matthias T. Vogt; Erik Fritzsche; Christoph Meißelbach, *Ankommen in der deutschen Lebenswelt*. *op. cit.*, p. 120–156.

6 Kenneth Winston; Mary J. Bane, *Reflections on the Jesuit Mission to China* in « SSRN Electronic Journal » 2010, p. 3.

7 *Ibid.*, p. 4.

8 Avant la congrégation les missionnaires jésuites doivent se soumettre aux patronages portugais ou espagnol dans les colonies. En Chine, les premiers jésuites arrivent sous l'autorité du *padroado*, patronage portugais (Nicolas Standaert, *Christianity shaped by the Chinese* in Hsia, R. Po-chia (éd.), *Reform and expansion 1500-1600*, p. 559). La création de la congrégation pour la propagation de la foi en 1622 est une occasion pour les jésuites de réaffirmer leur allégeance au pape, ce qui leur permet de s'émanciper du patronage portugais en Chine. Rolf G. Tiedemann, *Christianity in East Asia* in Brown, Stewart Jay; Tackett, Timothy (éd.), *The Cambridge history of Christianity. Volume 7: Enlightenment, reawakening, and revolution, 1660-1815*.

9 Jonathan D. Spence, *To change China. Western advisers in China*, New York, Penguin Books, 2002, 1. éd. 1969, p. 11–12.

En Chine, les Ming règnent depuis 1368, or à l'arrivée des jésuites à la fin du XVIème siècle, leur pouvoir périclite. À partir de 1620 la dynastie est tiraillée entre des révoltes de paysans à l'intérieur et des tentatives d'invasion Mandchoues à la périphérie de l'empire[10]. Les premiers, sous la coupe de Li Zicheng, envahissent Pékin en 1644, mais ce sont les seconds qui, après une longue période de guerre civile (1618-1683), installent durablement une nouvelle dynastie au sein de l'empire du Milieu : les Qing. Ces derniers règneront jusqu'en 1912[11]. Par le biais des jésuites, sur place depuis la fin du XVIème siècle, l'Europe reçoit un aperçu du niveau culturel et technique de la Chine du XVIIème siècle. Il s'agit d'un pays « exotique et coloré, où les hommes mangent leur nourriture avec des bâtons d'ivoire, boivent des infusions de feuilles de thé, ont des chaussures en soie brodées de fleurs et portent des éventails même au plus froid de l'hiver »[12]. Ce n'est donc pas un hasard si Leibniz se prend d'affection pour la Chine et la trouve supérieure à bien des égards en termes d'éthique[13]. Aux yeux des européens l'empire du Milieu est une grande civilisation portée par une classe de bureaucrates lettrés (*shì dàfū* – 士大夫)[14], pourtant susceptible d'être sous l'influence du christianisme[15].

Il serait faux de faire des premiers missionnaires en Chine, notamment Matteo Ricci (1552-1610), les seuls artisans de l'approche d'accommodation pour leur mission dans l'empire du Milieu. Ses racines se trouvent déjà dans les écrits des fondateurs de la Compagnie de Jésus, notamment chez Saint Ignace de Loyola[16]. Il s'agit d'une réponse aux pratiques de conversion au christianisme par la force, particulièrement dans les colonies espagnoles et portugaises en Amérique du Sud[17]. Le développement de l'approche d'accommodation en Chine est moins lié à l'évidence qu'une conversion par des méthodes brutales n'est pas envisageable en empire du Milieu au vu de sa supériorité militaire, qu'à un changement d'éthique chez les européens. En effet, l'approche espagnole et portugaise envers les amérindiens n'est plus tolérée en Europe. Une bulle papale en 1537 ordonne aux colons de considérer les amérindiens comme des êtres humains même s'ils ne sont pas chrétiens, ils doivent être « invités à ladite foi du Christ par la prédication de la parole de Dieu et par l'exemple d'une vie

---

10 Kai Vogelsang, *Kleine Geschichte Chinas*, Ditzingen, Stuttgart, Reclam, 2ème éd., 2019, p. 254–259.
11 *Ibid.*, p. 310–311.
12 « It was an exotic and colorful land where men ate their food with ivory sticks, drank an infusion of tea leaves, wore shoes of silk embroidered with flowers, and carried fans in the coldest weather » Jonathan D. Spence, *To change China. op. cit.*, p. 6 Il s'agit d'un résumé, un peu caricatural et orientaliste, des rapports faits par les jésuites sur la Chine.
13 « Sed quis olim credidisset, esse gentem in orbe terrarum que res opinione nostra ad omnem morum elegantiam usque adeo eruditos, tamen vincat civilioris vitae praescriptis ? & hoc tamen in Sinensibus nunc experimur, ex quo illa gens nobis notior facta est. » Gottfried W. Leibniz, *Novissima Sinica. Historiam nostri temporis illustratura*, s. l., 1697, préface.
14 Kenneth Winston; Mary J. Bane, *Reflections on the Jesuit Mission to China. op. cit.*, p. 7.
15 Jonathan D. Spence, *To change China. op. cit.*, p. 6.
16 Kenneth Winston; Mary J. Bane, *Reflections on the Jesuit Mission to China. op. cit.*, p. 5.
17 *Ibid.*, p. 26.

vertueuse »[18]. Pour ces raisons Saint Ignace de Loyola invite les missionnaires jésuites à se « faire aimer par leur humilité et leur charité [...] » et à « montrer qu'[ils se] conforment, dans la mesure où les Constitutions de la Société le permettent, aux besoins des gens qui y vivent » et, « sans enlever [aux gens] tout ce qui les intéresse ou leur tient particulièrement à cœur, à essayer de leur faire accepter les vérités du catholicisme. »[19]

L'arrivée en Chine pour les européens est facilitée depuis que les Portugais ont obtenu le droit de s'établir à Macao à partir de 1557[20]. Parmi les premiers missionnaires, Michele Ruggieri (1543-1607) et Matteo Ricci (1552-1610), arrivés en 1583, ont d'abord appris à parler et à écrire le mandarin ainsi que d'autres langues vernaculaires avant de s'aventurer plus loin sur le territoire chinois[21]. La langue n'est pas qu'un moyen de communication indispensable pour dialoguer avec les peuples de Chine, c'est aussi une façon de comprendre la pensée chinoise et de pénétrer au sein de l'élite érudite de l'empire. En effet, la faculté d'écrire le mandarin plus que tout ailleurs est un ascenseur social dans la Chine des Ming[22]. De même, l'aspect vestimentaire montre la classe sociale à laquelle on appartient. Or, en arrivant en Chine les missionnaires jésuites portent l'habit des moines bouddhistes. Ces derniers sont mal-vus et Matteo Ricci et Michele Ruggieri comprennent très vite que d'avoir leurs tenues sera une entrave pour leur mission. Ils sont donc autorisés par la Compagnie à porter l'habit des lettrés chinois[23] et à se nourrir de la même façon. Cela renforce le prestige des missionnaires jésuites auprès de l'élite, si bien qu'en 1601 Matteo Ricci et ses confrères peuvent établir une résidence permanente à Pékin non loin de la cour impériale, où ils sont accueillis comme des pairs[24]. Michele Ruggieri présente leur crédo ainsi : « devenir chinois pour que la Chine devienne chrétienne »[25].

---

18 « Ipsosque Indos et alias gentes verbi Dei praedicatione et exemplo bonae vitae ad dictam Fidem Christos invitandos fore ». Citation tirée de la Bulle du pape Paul III en 1537 « Sublimis Deus ». Traduit du latin par l'auteur.

19 Tiré des lettres de Saint Ignace de Loyola cités dans Kenneth Winston; Mary J. Bane, *Reflections on the Jesuit Mission to China*. *op. cit.*, p. 5 Paragraphes §213, §384 et §387 traduits de l'anglais par l'auteur de cette thèse.

20 Kai Vogelsang, *Kleine Geschichte Chinas*. *op. cit.*, p. 250.

21 Jürgen Wolff, *Using the Jesuits' accommodation experience in China*. *op. cit.*, p. 92–108.

22 Même un paysan pouvait faire partie de l'élite pourvu qu'il eût su lire et écrire le mandarin afin de passer l'examen impérial. En réalité très peu de paysans ou d'artisans se présentaient à l'examen. La mobilité sociale n'est donc pas si considérable. Benjamin A. Elman, *Civil Service Examinations (Kējǔ)* in Cheng, Linsun; Brown, Kerry (éd.), *Berkshire encyclopedia of China. Modern and historic views of the world's newest and oldest global power*, p. 405

23 À savoir que les missionnaires jésuites n'était pas obligé de porter une tenue spéciale. Il y avait cependant trois conditions pour le choix de leurs vêtements : identification religieuse, conforme aux coutumes locales et refléter le vœu de pauvreté. Kenneth Winston; Mary J. Bane, *Reflections on the Jesuit Mission to China*. *op. cit.*, p. 12–13.

24 Jürgen Wolff nomme la période de la mission chinoise entre 1595 et 1601 « amongst equal », entre pairs. Jürgen Wolff, *Using the Jesuits' accommodation experience in China*. *op. cit.*, p. 116–117.

25 Kenneth Winston; Mary J. Bane, *Reflections on the Jesuit Mission to China*. *op. cit.*, p. 13.

Mais « devenir chinois » n'est qu'une étape de l'approche d'accommodation jésuite. La maitrise du mandarin permet à Matteo Ricci d'avoir un accès aux œuvres de Confucius (qu'il traduit en latin pour le public européen) et d'en discuter avec les érudits de l'empire du Milieu. L'étude des œuvres de Confucius est alors le passage obligé pour l'élite chinoise depuis l'établissement de la dynastie des Ming[26]. Ricci s'en accommode avec zèle mêlé de passion et tente la comparaison avec le Christianisme afin de faire gagner sa cause devant l'élite lettrée[27]. Par cette entreprise il cherche à souligner des similarités (tout en mettant de côté les différences) entre la pensée confucianiste et chrétienne et à prouver que « le christianisme n'est pas une menace pour les valeurs culturelles chinoises »[28]. Matteo Ricci et ses confrères se montrent tolérants envers certains mœurs et rites chinois. Par exemple, ils n'insistent pas sur une monogamie stricte qui ne semble pas convenir à l'élite chinois. Ils acceptent aussi la pratique des rites de la vénération des ancêtres et du culte de Confucius chez les nouveaux convertis que les jésuites déclarent être de simples rites « civils »[29]. Il s'agit finalement d'insérer et d'adapter la foi chrétienne aux traditions et aux coutumes chinoises ainsi que de trouver un équilibre entre « un christianisme authentique et de trop forts accents chinois »[30]. Le « projet de rapprochement »[31] entre les chrétiens et les chinois des jésuites ne s'arrête pas qu'au niveau de la religion et l'éthique mais comprend aussi les sciences naturelles. Matteo Ricci confesse à ses successeurs que l'Astronomie lui aura été une porte d'entrée directe à la cour impériale[32]. Adam Schall von Bell (1591-1666) prend note de ses recommandations et, après avoir prédit une éclipse de manière plus précise que ses collègues chinois, devient directeur du bureau d'astronomie auprès de l'empereur en 1644.

Cette promotion d'Adam Schall von Bell est une étape clé de la stratégie adoptée par les jésuites en Chine qui est celle d'une conversion de la Chine au christianisme par le haut (top-down)[33]. En effet, les missionnaires sont persuadés que s'ils arrivent à

---

26 Il s'agissait aussi d'un moyen de marginaliser les penseurs anticonformistes : « Kai Vogelsang, *Kleine Geschichte Chinas*. *op. cit.*, p. 241.

27 « we believe it is important to recognize that Ricci's harmonizing of Christianity and Confucianism may not have been just a tactic designed to bring about conversion of the Chinese, but may have been motivated in part by deeply-felt appreciation of Confucian thought. » Kenneth Winston; Mary J. Bane, *Reflections on the Jesuit Mission to China*. *op. cit.*, p. 18.

28 *Ibid.*, p. 25.

29 Rolf G. Tiedemann, *Christianity in East Asia*. *op. cit.*, p. 459.

30 Kenneth Winston; Mary J. Bane, *Reflections on the Jesuit Mission to China*. *op. cit.*, p. 11 Traduit de l'anglais par l'auteur.

31 Exprimé en anglais par l'expression *bridging project* par Jürgen Wolff, *Using the Jesuits' accommodation experience in China*. *op. cit.*, p. 124.

32 Jonathan D. Spence, *To change China*. *op. cit.*, p. 8. Winston et Bane commentent cette approche de la manière suivante : « Ricci used western science and especially astronomy to make his religious message more attractive. (In this respect, as in others, Ricci engaged in what our colleague Joseph Nye would call an exercise of soft power.) » Kenneth Winston; Mary J. Bane, *Reflections on the Jesuit Mission to China*. *op. cit.*, p. 15.

33 « By addressing themselves to the literate elite, they engaged in evangelization 'from the top down'. » Rolf G. Tiedemann, *Christianity in East Asia*. *op. cit.*, p. 459.

convaincre l'élite [lettrée] la masse suivra. Leur objectif ultime serait donc de convertir l'empereur lui-même[34]. Pourtant, la même année le dernier empereur chinois de la dynastie des Ming se suicide après la prise de sa capitale par des rebelles. Tout le travail de Adam Schall von Bell semble alors vain[35] et ce dernier doute de la stratégie d'accommodation dont il était fervent[36]. Il a fallu une « intervention divine » pour que le jésuite retourne à ses œuvres scientifiques et propose ses services à la nouvelle dynastie[37]. Les arguments avancés par les Qing pour la (re)nomination de Schall au bureau d'astronomie sont sa serviabilité, ses compétences et le fait qu'il est « un agent libre, n'ayant aucun devoir de responsabilité vis-à-vis de la dynastie déchue »[38]. Schall fait d'ailleurs encore mieux que sous la dynastie des Ming : il devient très proche du jeune empereur Qing Shunzhi (1638-1661). En revanche, à la mort de ce dernier 1661, Schall se fait évincer par ses rivaux (entre autres les astronomes chinois et musulmans) pour haute trahison. Les missionnaires jésuites participent désormais aux intrigues de la cour impériale et subissent des persécutions tout comme les autres chrétiens en Chine[39].

C'est un autre missionnaire jésuite, Ferdinand Verbiest (1623-1688), qui prend sa défense et permet à Schall de finir sa vie paisiblement dans la capitale chinoise en 1666. Verbiest prend la suite de son travail avec plus de succès encore malgré un contexte difficile où la propagation de la foi chrétienne est prohibée[40]. Il s'occupe de la réforme du calendrier chinois en tant que directeur adjoint au Bureau d'astronomie et se lie d'amitié avec l'emblématique empereur Kangxi (1654-1722) de la dynastie des Qing. Verbiest n'abandonne jamais l'espoir d'une conversion de l'empereur au christianisme[41] et jamais un missionnaire n'aura été aussi près du but de voir une Chine chrétienne. Or, le jésuite est victime d'un accident de cheval et meurt en 1687. En cette fin de XVIII^{ème} siècle, les missionnaires de la Compagnie de Jésus obtiennent deux derniers succès que l'on pourrait considérer comme des victoires à la Pyrrhus : un assouplissement de la prohibition de la foi chrétienne puis un édit de tolérance en 1692. Ce dernier est un remerciement pour avoir aidé aux négociations entre la Chine et la Russie lors du traité de Nertchinsk (1689). Or, si le christianisme se place au même niveau juridique que le bouddhisme et le taoïsme et que ses membres peuvent

---

34 La comparaison avec l'empereur romain Constantin qui devint chrétien 13 siècles plutôt aurait été alléchante. Kenneth Winston; Mary J. Bane, *Reflections on the Jesuit Mission to China*. *op. cit.*, p. 27.

35 « It must have seemed to Schall that his whole life's work was going up in the flames of the burning city » Jonathan D. Spence, *To change China*. *op. cit.*, p. 15

36 *Ibid.*, p. 16.

37 « When Li Tzu-ch'eng's soldiers, fleeing from the Manchus, set fire to the area in which Schall lived, the house where he had stored all his mathematical books was spared [...] Schall seized on this as renewed evidence of God's blessing [...] So je offered [the Manchu] his services. » *Ibid.*, p. 17.

38 *Ibid.*, p. 18 Traduit de l'anglais par l'auteur.

39 Rolf G. Tiedemann, *Christianity in East Asia*. *op. cit.*, p. 461–462.

40 *Ibid.*, p. 461–462.

41 Jonathan D. Spence, *To change China*. *op. cit.*, p. 30.

pratiquer leur religion en toute liberté, il reste subordonné à l'orthodoxie de l'empire confucéen. L'empereur chinois demeure toutefois sceptique quant à la possibilité de propager la foi chrétienne, puisque rien n'est mentionné à ce sujet dans l'édit[42]. L'apogée de l'approche d'accommodation de la mission chinois arrive ainsi à son terme.

Les jésuites ne sont pas les seuls missionnaires chrétiens [catholiques][43] en Chine[44]. Depuis les années 1630 des Dominicains et Franciscains sous le patronage espagnol en provenance des Philippines se sont installés sur la côte Est de la Chine. Adam Schall von Bell ne les estime pas beaucoup et écrit à leur propos : « Deux pères de Saint François sont venus à la capitale, déterminés à devenir martyrs ou convertir l'empereur et tous les chinois. Aucun des deux ne savaient parler chinois… Tous les deux portaient leurs propres habits… chacun d'eux tenait un crucifix dans sa main et voulait commencer à prêcher. [Lorsque les gardes vinrent] aucune pensée de martyre ne leur est venue. Ils donnèrent leurs crucifix sans protester ou à peine […] en concluant avec un 'Dimitte nos in pace[45]' »[46]. Cet exemple, tourné en dérision par Schall, montre une approche radicalement opposée à celles des jésuites. Pour les Dominicains et Franciscains les missionnaires de la Compagnie de Jésus ont trahi les principes du christianisme en tolérant des rites étrangers, en bafouant le vœu de pauvreté par leurs habits et leur mode de vie fastueux ainsi qu'en s'adressant à l'élite – cherchant patrons et protecteurs – plutôt qu'aux pauvres[47]. Une autre critique provenant de ces deux ordres est de cacher en partie la réelle intention des jésuites en Chine : celle de la conversion[48]. L'approche d'accommodation ne laisserait-elle d'ailleurs pas penser que les jésuites auraient eux-mêmes émis des doutes sur la supériorité des européens et du christianisme vis-à-vis de la Chine confucéenne ?[49]

---

42 Rolf G. Tiedemann, *Christianity in East Asia*. *op. cit.*, p. 462.

43 Les missionnaires orthodoxes et protestants n'arrivent vraiment qu'à partir du XVIIIème et XIXème siècle en Chine. *Ibid.*, p. 466–467.

44 Il existe même au sein des jésuites des conflits d'intérêts nationaux, entre les jésuites français et ceux sous le patronage portugais par exemple : « A conflict soon developed between the French Jesuits and the Portuguese-sponsored Jesuits working at the Astronomical Bureau. It was both a clash of national interests and a competition for scientific influence. » *Ibid.*, p. 461.

45 « Laissez-nous en paix » en latin, traduction de l'auteur.

46 « There came to this capital two Fathers of Saint Francis, determined to be martyrs or to convert the emperor and all the Chines. Neither of them knew how to speak Chinese… both of them wore their habits… each of them carried his crucifix in his hand and wanted to begin preaching […] no thought of martyrdom came to them then. They surrendered their crucifixes with little or no protest, and with clasped hands uttered more than enough 'laoyes' which means 'Senor! Senor!', concluding with a 'Dimitte nos in pace'… It is better to die in bed than to become a martyr in this fashion » Jonathan D. Spence, *To change China*. *op. cit.*, p. 14 Traduit de l'anglais par l'auteur

47 Kenneth Winston; Mary J. Bane, *Reflections on the Jesuit Mission to China*. *op. cit.*, p. 14.

48 *Ibid.*, p. 31.

49 « Les adversaires des jésuites avaient perçu mieux qu'eux le danger qu'il y avait à glorifier l'antiquité de la Chine, à vanter sa morale et ses institutions. Autant d'arguments qui pouvaient amener à relativiser l'importance de l'Europe et la vérité des dogmes du christianisme. » Thierry Sarmant, *1715. La France et le monde*, Paris, Perrin, 2017, p. 329.

Ces critiques débouchent sur la *querelle des rites*. Cette dernière se déroule à cheval entre les XVII[ème] et XVIII[ème] siècles. Elle ne concerne pas uniquement les jésuites en Chine mais plutôt la question de l'approche d'accommodation elle-même qui divise aussi les comptoirs des Indes ou du Vietnam[50]. La partie s'est jouée en plusieurs manches à Rome. Les trois premières débouchent sur un match nul entre la Compagnie de Jésus et les ordres de Saint Dominique et Saint François : les honneurs rendus à Confucius et aux ancêtres sont interdits par le pape en 1645, rétablis en 1656 par son successeur et un nouveau décret en 1669 ne tranche pas la question[51]. La querelle s'intensifie pourtant à la fin du XVII[ème] siècle en Chine, notamment sur la traduction du mot « dieu » en chinois. Un décret papal en 1704, confirmé en 1710, interdit les rites chinois et également l'utilisation seule du mot ciel (天 – Tiān) pour désigner dieu, traduction prônée par les jésuites. Il autorise en revanche celui de « seigneur du ciel » (天主 – Tiānzhǔ), qui peut provoquer non seulement des confusions avec le bouddhisme et le taoïsme mais surtout la colère de l'empereur chinois, qui porte traditionnellement le *mandat du ciel*[52]. Comme réaction, les missionnaires chrétiens doivent désormais posséder une licence (票 – piào), qu'ils obtiennent seulement en acceptant les rites chinois, s'ils veulent rester en Chine. Le christianisme est finalement interdit au sein de l'empire du Milieu en 1724. Seuls les jésuites, scientifiques et savants à la cour de Pékin peuvent rester. En 1742, Benoît XIV exige dorénavant un serment de la part des missionnaires restés en Chine. Tous les européens sont finalement expulsés de l'empire du Milieu durant les années suivantes[53]. Pour couronner le tout, la Compagnie de Jésus est dissoute par le pape en 1773[54].

C'est ainsi que Jonathan Spence déclare que la mission chinoise des jésuites et leur approche d'accommodation est un échec absolu. La Chine a finalement gagné à l'échange en usant beaucoup des talents des missionnaires et a peu donné en retour[55]. Dans sa *petite histoire de la Chine*, Kai Vogelsang déclare, en exagérant à peine, que le Christianisme n'aura été qu'une note de bas de page dans l'histoire chinoise[56]. Winston et Bane sont plus mitigés à ce sujet. Si le critère de réussite est la conversion de la Chine au catholicisme, alors le projet a clairement échoué. Toutefois les jésuites ont légué à l'Histoire une intéressante approche d'accommodation[57]. Jürgen Wolff est du même avis, il pense qu'elle peut être réutilisée de nos jours sans faire d'anachronisme[58].

---

50 *Ibid.*, p. 319.
51 *Ibid.*, p. 321.
52 *Ibid.*, p. 322
53 *Ibid.*, p. 326–327.
54 Jonathan D. Spence, *To change China*. *op. cit.*, p. 32.
55 *Ibid.*, p. 32–33.
56 Kai Vogelsang, *Kleine Geschichte Chinas*. *op. cit.*, p. 250.
57 Kenneth Winston; Mary J. Bane, *Reflections on the Jesuit Mission to China*. *op. cit.*, p. 28.
58 Jürgen Wolff, *Using the Jesuits' accommodation experience in China*. *op. cit.*, p. 328.

Winston et Bane émettent des réserves : pour que l'approche d'accommodation fasse encore sens de nos jours elle doit être repensée[59,60].

3.1.2. Repenser l'approche d'accommodation de nos jours

Comme Jonathan Spence, il est possible de penser que l'approche d'accommodation est une expérience passée et révolue[61] et qu'elle n'est dans cette thèse qu'une longue parenthèse, voire un hors-sujet. Pourtant il semble qu'elle apporte déjà des éléments de réponses aux limites du soft power évoquées plus haut. L'approche d'accommodation propose tout d'abord de faire le premier pas, elle déplace le focus de l'agent vers le sujet. Elle ne cherche pas, dans un premier temps, à mettre en valeur ses propres ressources culturelles mais à mieux comprendre l'autre, à voir une richesse dans sa culture et à s'y essayer. Bien sûr cette démarche ne doit pas être un vulgaire camouflage (ce qui a pu être reproché aux jésuites par exemple) où l'on ne se laisse pénétrer que superficiellement par la culture de l'autre sans s'en imprégner réellement. Le second apport de l'approche d'accommodation est celui de ne pas imposer un modèle de croyance ou de pratique préétabli mais de pouvoir laisser à l'autre, s'il le souhaite, le soin d'adapter le modèle à ses précédentes croyances et ses pratiques. Elle n'impose donc pas un « tout ou rien ». Il s'agit ici d'un projet de rapprochement entre deux cultures (*bridging project*[62]) où les similarités sont soulignées mais aussi les différences. Un troisième apport, qui peut être aussi controversé, est celui de s'adresser à l'élite cultivée plutôt qu'à la « masse ». Nous avons vu en effet avec un autre terme, celui de *leaders d'opinion,* que l'information peut circuler en deux temps en passant tout d'abord par ces derniers[63]. Le fait d'ignorer la « masse » fut pourtant, avec la tolérance des rites chinois, un des principaux reproches des dominicains et franciscains faits aux jésuites. Nous pourrions effectivement taxer cette approche d'être trop élitiste.

L'approche d'accommodation, telle qu'elle a été menée par les jésuites, ajoute d'autres critiques auquel il faudra remédier. Au centre de cette approche se pose la problématique de l'intention. Dans cette approche le clivage entre complaisance volontaire et partage des aspirations est toujours de mise dans la définition des buts

---

59 Kenneth Winston; Mary J. Bane, *Reflections on the Jesuit Mission to China*. *op. cit.*, p. 31–37.

60 A-t-il existé une approche semblable en Russie ? Le christianisme n'aurait pu s'étendre à la Russie au IXème siècle après J.-C., si les missionnaires Cyrille et Méthode n'avaient pas étudié les (proto-)langues slaves et inventé un alphabet qui leur permettait de donner aux slaves un accès à la culture byzantine. Au lieu d'imposer le grec, qui n'aurait pu être accepté par la population que par la force, les deux religieux se sont accommodés à la culture locale, permettant aux slaves de conserver leurs spécificités et à la religion chrétienne de se propager Matthias T. Vogt; Erik Fritzsche; Christoph Meißelbach, *Ankommen in der deutschen Lebenswelt*. *op. cit.*, p. 123.

61 Jonathan D. Spence, *To change China*. *op. cit.*, p. 32.

62 Ce terme de *bridging project*, reprenant la métaphore du pont entre deux cultures, est utilisé afin de décrire le projet des premiers jésuites (entre autres Valignano) en Chine par Jürgen Wolff, *Using the Jesuits' accommodation experience in China*. *op. cit.*, p. 93.

63 Paul F. Lazarsfeld, *The people´s choice*. *op. cit.*, p. 151 Voir 1.2.1. pour plus de détails

des missionnaires. Jonathan Spence laisse entendre que, selon les dires de Matteo Ricci, une Chine convertie au christianisme tomberait sous l'influence des occidentaux[64]. Loin encore d'atteindre cet objectif, c'est tout d'abord le partage de la foi chrétienne qui importe aux premiers missionnaires jésuites en Chine. Nous avons vu les avantages de ce but par rapport à celui de s'assurer la complaisance volontaire de l'autre dans le chapitre précédent. Néanmoins, le fait de vouloir partager ses aspirations semble montrer des limites en fonction des techniques employées. Là où l'approche d'accommodation rejoint le soft power, et montre les mêmes lacunes, réside dans le fait d'utiliser ce que Winston et Bane nomment le *discours indirect*[65] : l'usage de la science, le rapprochement entre pensées confucéenne et chrétienne ou les conversations avec les lettrés ne poursuivent à terme que le but de la conversion au christianisme et manquent vraiment de transparence. Cette tactique « dubitative » peut être comprise comme une nécessité d'agir prudemment[66]. Toutefois, l'objectif même de la conversion s'accompagne du principe que « les croyances et les pratiques de la population d'accueil sont fondamentalement déficientes et doivent être corrigées »[67]. Avec une telle intention, l'approche d'accommodation ne pouvait être vouée qu'à l'échec : les missionnaires jésuites, persuadés de posséder la Vérité absolue, sont venus avec l'ambition de convertir la Chine, convaincue d'être le centre du monde.

La conclusion de Winston et Bane, dans leurs réflexions sur une approche d'accommodation remise au gout du jour, propose de définir le critère de réussite de la mission dans le processus d'accommodation en soi et non pas dans la conversion de l'autre[68]. L'accommodation est le but et non pas le moyen. Ces réflexions débouchent sur deux façons de considérer le dialogue interreligieux :

> « L'une d'entre elles consiste à voir le dialogue interreligieux comme un moyen d'atteindre un but précis, une façon de s'engager avec d'autres traditions afin que les doctrines et pratiques [catholiques] soient acceptées comme une alternative aux autres traditions. L'autre est de considérer le dialogue interreligieux comme quelque chose de plus dynamique, de moins prédéterminé, dans lequel chaque tradition s'enrichit avec les autres et dans lequel peut émerger peut-être une nouvelle synthèse ou de nouvelles formes des croyances originales »[69]

---

64 Jonathan D. Spence, *To change China*. *op. cit.*, p. 6.

65 Indirect speech en anglais. Kenneth Winston; Mary J. Bane, *Reflections on the Jesuit Mission to China*. *op. cit.*, p. 14.

66 *Ibid.*, p. 29.

67 « A basic premise of missionary work is that the beliefs and practices of the host population are deficient in crucial ways and in need of correction. » *Ibid.*, p. 29 Traduction de l'anglais par l'auteur.

68 *Ibid.*, p. 31–37.

69 « There are two ways to think about the interaction. One is to see inter-religious dialogue as a means to a fixed end, a way of engaging with other traditions so that Catholic doctrines and practices will come to be accepted as an alternative to other traditions (or as a superior formulation of them). The other is to see inter-religious dialogue as more dynamic, less predetermined, with each tradition enriching the others, perhaps to emerge in a new synthesis or new forms of the original beliefs » Kenneth Winston; Mary J. Bane, *Reflections on the Jesuit Mission to China*. *op. cit.*, p. 33 Traduction de l'anglais par l'auteur.

L'intention qu'avaient les missionnaires jésuites en Chine au XVII[ème] siècle réside dans la première forme. Toutefois, le travail d'harmonisation entre la pensée confucienne et chrétienne de Matteo Ricci peut être interprété comme la seconde façon de considérer le dialogue interreligieux, dans lequel il lui a été possible de « voir la présence de Dieu dans les détails de la croyance et des pratiques des autres »[70]. En revanche, à force de s'assimiler à l'autre, un risque possible avec l'approche d'accommodation est d'oublier l'originalité de ses propres pratiques et croyances[71].

Après avoir observé une approche du soft power trop centrée sur l'agent, puis une approche d'accommodation jésuite, peut-être trop centrée sur le sujet, nous devons déplacer la focale non pas sur l'agent, ni sur le sujet mais sur l'interaction entre deux manières de se représenter le monde. Pour cela il nous faut déjà renoncer au binôme agent/sujet tel qu'il est présenté dans le concept de soft power. De plus, il semble plus pertinent de se concentrer sur les interactions entre individus ou groupes restreints qu'entre les pays afin de mieux saisir la mécanique de ces interactions. Les missionnaires jésuites avaient par exemple ciblé la classe des lettrés chinois avec laquelle ils entretenaient des conversations. C'est bien à ce niveau que l'accommodation est le plus visible et non à l'échelle d'un pays : là où un historien peut voire l'échec total d'une conversion de la Chine (Spence), un autre peut y voir un certain succès d'une tentative de rapprochement entre mondes chrétien et confucéen (Wolff, Winston et Bane).

Il reste en revanche un dernier flou à dissiper quant au potentiel analytique de l'approche d'accommodation. Pour cela il nous faut revenir brièvement sur le soft power : il est en effet difficile de clairement déterminer si ce concept est un outil d'analyse ou une approche pensée pour la pratique. Dans ses premiers ouvrages Joseph Nye l'emploie afin d'expliquer le non-déclin des États-Unis[72]. Il s'avère cependant dans ses travaux suivants que l'utilisation du concept est plutôt une invitation au gouvernement [étasunien] de se doter d'instruments du soft power plutôt que d'un outil purement analytique qui permettrait de mesurer l'influence américaine dans le monde[73]. Avec l'approche d'accommodation le doute est moins permis. Il s'agit d'une approche pragmatique, pensée [par les jésuites] pour la pratique. C'est pourquoi il nous faut maintenant trouver une théorie sur laquelle une approche d'accommodation repensée peut s'appuyer. De plus il nous faut régler – par le biais de cette théorie – les

---

70 *Ibid.*, p. 34.

71 « What Ricci and other Jesuits saw in Chinese civilization— apparently much to their surprise—was a highly sophisticated naturalistic ethic that could be the envy of Europe. Did they experience a corresponding self-doubt? » *Ibid.*, p. 18.

72 Joseph S. Nye, Jr., *Bound to lead. op. cit.*

73 Un plaidoyer pour une stratégie de smart power américaine se trouve par exemple dans Joseph S. Nye, Jr., *The Future of Soft Power in US Foreign Policy. op. cit.*, p. 218–234.

critiques liées à l'approche d'accommodation : la question de l'intentionnalité et celle de la focale, qui doit se déplacer sur l'interaction.

3.1.3. Approche d'accommodation et théorie de l'appropriation culturelle

Malgré l'utilisation du terme d'*accommodation* dans les ouvrages scientifiques sur les stratégies employées par les jésuites en Chine, ces derniers n'ont jamais explicitement déclaré : « nous utilisons une approche d'accommodation pour notre mission en Chine ». Il s'agit d'une apposition après coup dont il est difficile de déterminer les auteurs qui l'ont employée en premier[74]. Toujours est-il que les mots *accommodation* et *accommodement* sont apparus et devenus populaires en français à partir du XVI[ème] siècle[75]. Le verbe *accommoder* est légèrement plus ancien et daterait du XIV[ème] siècle[76]. Il signifiait alors trois choses : tout d'abord c'était tout ce qui est fait pour avoir un logement confortable pour soi ou pour un hôte[77]. Ensuite, c'était le fait de parvenir à un accord arrangeant entre deux parties. Enfin – et c'est cette définition qui nous intéresse ici – c'était le fait de s'adapter à une situation ou à quelqu'un[78]. Cette signification, contrairement à celle d'arrangement[79], semble se référer directement au

---

74 Le terme de « sens d'accommodation » semble être d'abord utilisé par le père François Garasse avec un sens péjoratif, il serait en effet un affront à la pureté du christianisme. Père F. Garasse, *La doctrine curieuse des beaux esprits de ce temps, ou prétendus tels. Contenant plusieurs maximes pernicieuses à la Religion, à l'État, & aux bonnes Moeurs.*, Paris, Sébastien Chappelet, rue saint Jacques au Chapelet, 1624, p. 667. Il est fait mention de la stratégie d'accommodation, en latin, dans des textes de jésuites en 1686/87 : « Ego vero fum diversus ab his; quippe nil habeo quod semper probem , nil item quod semper improbem. Horum omnium itaque finis erat idem ; diversa media, idem terminus, viæ diversae. Non illos ego condemno : laudo potius : imitari tamen haudquaquam volo, fervio tamen & loco, & tempori, & populo, & Principi ; quatenus haec omnia, ubi quid aut agendum est : aut omnittendum, consulo, meque omnibus, ut bene mereat de omnibus, quoad fieri potest, *accommodo*. (visiblement une réponse » François de Rougemont, et al., *Confucius Sinarum philosophus, sive Scientia sinensis, latine exposita. Studio & opera Prosperi Intorcetta, Christiani Herdtrich, Francisci Rougemont, Philippi Couplet patrum Societatis Jesu*, Paris, 1686-1687, p. 137 Il n'apparait en revanche pas dans les écrits de Matteo Ricci, *Histoire de l'expedition chrétienne au royaume de la Chine entreprise par les pères de la compagnie de Jésus [...]. Tirée des mémoires du R. P. Matthieu Ricci par le R. P. Nicolas Trigault*, Lille, 1617. Il n'apparait pas non plus dans les bulles papales.

75 Que ce soit dans version néolatine (*accommodatio*) ou française, le mot accommodation ne semble devenir populaire que vers la fin du XVI[ème] siècle (plutôt dans le sens d'arrangement), alors qu'il est très utilisé à l'écrit au XVII[ème] siècle (aussi dans le sens d'adaptation). La popularité du mot est surement une des raisons pour laquelle il a été employé – plutôt qu'un autre (Les mots adaptation, ajustement etc. existaient lui aussi au XVI[ème] siècle) – afin de décrire l'action des jésuites en Chine de 1583 à 1742. Cet argument basé sur la collection de Gallica rattaché à la bibliothèque nationale de France : 1 ouvrage au XV[ème], 46 ouvrages au XVI[ème], 185 ouvrages au XVII[ème] et 280 ouvrages au 18[ème] contenant le mot « accommodatio » ou « accommodation ». https://gallica.bnf.fr/. Ces chiffres doivent être toutefois relativisés par multiplication du nombre d'impressions entre le XV[ème] et XVII[ème] siècle. Eltjo Buringh; Jan L. van Zanden, *Charting the "Rise of the West": Manuscripts and Printed Books in Europe, A Long-Term Perspective from the Sixth through Eighteenth Centuries* in « The Journal of Economic History » n°02, 69 / 2009, p. 417.

76 Académie francaise, *Dictionnaire de l'Académie francaise*, Paris, 1694

77 La référence au logement, quant à elle, semble plutôt être une invention du XVII[ème] siècle. Catherine Soanes; Judy Persall, *Oxford dictionary of English*. *op. cit.*, accommodate.

78 Académie francaise, *Dictionnaire de l'Académie francaise*. *op. cit.*

79 Cette définition proviendrait du latin médiéval *accommodatio* : emprunter de l'argent. Centre National de Ressources Textuelles et Lexicales. *op. cit.*, accommoder.

sens du terme *accommodare* en latin classique. En décomposant le mot nous obtenons la particule « ac- », qui indique soit un rapprochement spatial, soit l'avancée d'un processus vers son terme, et « commodare/commodus ». Ce dernier est lui-même composé de « com- », utilisé pour indiquer la réunion de plusieurs objets, et de « modus » qui signifie *mesure*. Cette mesure peut se référer à une quantité mesurable, mais aussi designer le rythme musical. Enfin, il peut signifier la bonne conduite, c'est-à-dire – de manière imagée – la « juste mesure ». Si nos gesticulations quotidiennes s'apparentent à une danse, il s'agit pour un individu de trouver le bon tempo afin de battre « à la bonne cadence »[80] avec le reste du groupe. Ce processus d'appropriation[81] des « bonnes manières » peut donc être nommé *accommodation*. Ainsi, si le terme de culture dans son sens large rejoint l'idée de *modes*[82] *de vie*, l'accommodation est le fait de rendre sienne une culture « étrangère ». En reprenant la métaphore du logement, contenu dans le terme d'accommodation, il s'agit du fait d'accueillir chez soi l'autre culture, tandis que le soft power décrit le fait d'être chez l'autre comme chez soi[83]. Dans un cas comme dans l'autre, il faut chercher à atteindre un juste équilibre. Celui-ci peut se trouver par une *réciprocité de l'hospitalité*[84].

La traduction du mot *accommodatio* en latin par *appropriation* en français peut nous servir de transition pour introduire la *(méta)théorie de l'appropriation culturelle* développée par M. T. Vogt *et al.*[85]. Cette étude fait écho à l'arrivée en masse de migrants en Allemagne depuis 2015 et aborde la question de la capacité intégrative du pays. Un des premiers défis auquel étaient confrontés les chercheurs fut celui de trouver un terme en adéquation avec l'idée d'appropriation culturelle dans la masse de concepts plus ou moins flous qui gravitent autour : *inculturation*, *acculturation*, *enculturation*, *intégration*, *assimilation*, *socialisation* etc. Parmi eux le terme d'*inculturation* retient leur attention. Sans doute le préfixe « in » laissait-il présager l'idée d'une entrée dans la culture de l'autre[86]. Ce concept signifie exactement la même chose que celui d'accommodation tel qu'il a été développé par les jésuites, à la différence près qu'il est plus récent[87]. Il est cependant écarté pour la théorie de l'appropriation culturelle pour

---

80 Félix Gaffiot; Pierre Flobert, *Le grand Gaffiot. op. cit.*, p. 987.

81 C'est la traduction la plus usuelle selon Félix Gaffiot *Ibid.*, p. 18–19.

82 Ce mot provient aussi du latin *modus*.

83 Byung-Chul Han, *Was ist Macht ? op. cit.*

84 Matthias T. Vogt, *Interculturality – Institut für kulturelle Infrastruktur Sachsen. op. cit.*

85 Matthias T. Vogt; Erik Fritzsche; Christoph Meißelbach, *Ankommen in der deutschen Lebenswelt. op. cit.*, p. 119–156.

86 Ceci rejoindrait le titre du livre « Ankommen in der deutschen Lebenswelt » que l'on pourrait taduire par entrée ou arrivée dans le milieu de vie allemand. *Ibid.*

87 Le terme d'*inculturation*, datant de 1953, est parfois utilisé *a posteriori* pour parler de l'approche d'accommodation. Il s'agit aussi de l'adaptation de l'évangile avec d'autres cultures. Il ne diffère donc en rien de l'*accommodation* des jésuites des XVIème et XVIIème siècles en Chine. Giancarlo Collet, *Theologische Begründungsmodelle von Inkulturation* in Frei, Fritz (éd.), *Inkulturation zwischen Tradition and Modernität. Kontexte, Begriffe, Modelle*, p. 337–338. Le terme est employé pour la première fois par Pierre Charles, *Missiologie et Acculturation* in « Nouvelle revue théologique », 75-1 / 1953.

deux raisons : tout d'abord il s'agit d'une notion uniquement religieuse, ensuite les acteurs principaux de l'inculturation sont les membres de la culture « d'accueil » selon M. T. Vogt *et al.*[88]. Pour leur théorie de l'appropriation, en revanche, ce sont plutôt les immigrés « à accueillir » qui doivent être les principaux acteurs. Bien sûr, cette distinction entre culture d'« accueil » et culture « à accueillir » n'est qu'une question de perspectives. Pour revenir à notre exemple plus haut, il serait d'ailleurs osé de dire que des missionnaires en très large minorité dans un pays aussi avancé que la Chine du XVII[ème] siècle puissent être les porteurs de la culture d' « accueil » et l'ensemble du monde confucéen, la culture « à accueillir » : l'empereur chinois aurait été d'un tout autre avis. Finalement ce furent bien les missionnaires immigrés qui se sont accommodés et non l'inverse.

Le second terme retenu par les chercheurs est celui d'*acculturation*. Ce dernier a laissé place à de nombreuses interprétations depuis son invention vers la fin du XIX[ème] siècle. Floyd W. Rudmin en dénote plus d'une centaine[89]. Parmi eux nous pourrions retenir celui de Redfield, Linton, et Herskovits qui nous donnent une définition très large du terme :

> « L'acculturation comprend les phénomènes qui se produisent lorsque des groupes d'individus ayant des cultures différentes entrent en contact direct et continu, entrainant [ou non] des changements dans les modèles culturels originaux de l'un ou l'autre ou des deux groupes. »[90]

Habituellement pour schématiser les processus d'acculturation, les différentes cultures sont modélisées sous forme de cercles avec des points représentant les individus qui en font partie. Ce type de schéma est emprunté à la *théorie des ensembles* en mathématique[91]. Nous y trouvons un grand cercle nommé « culture dominante », contenant un certain nombre de points, et un plus petit cercle « culture minoritaire », composée aussi de plusieurs points, qui cohabitent ensemble. Selon la *quadruple théorie* (en anglais *fourfold theory*), culture dominante et culture minoritaire se retrouvent confrontées à quatre possibilités [92] . La première est nommée « assimilation » : la culture minoritaire adopte les caractéristiques de la culture dominante tout en abandonnant ses propres spécificités : le petit cercle B disparait en

---

88 Matthias T. Vogt; Erik Fritzsche; Christoph Meißelbach, *Ankommen in der deutschen Lebenswelt*. *op. cit.*, p. 123.

89 Floyd W. Rudmin, *Critical History of the Acculturation Psychology of Assimilation, Separation, Integration, and Marginalization* in « Review of General Psychology » n°1, 7 / 2003.

90 « Acculturation comprehends those phenomena which result when groups of individuals having different cultures come into continuous first-hand contact, with subsequent changes in the original culture patterns of either or both groups » Robert Redfield; Ralph Linton; Melville J. Herskovits, *Memorandum for the Study of Acculturation* in « American Anthropologist » n°1, 38 / 1936, p. 149 Définition citée dans Floyd W. Rudmin, *Critical History of the Acculturation Psychology of Assimilation, Separation, Integration, and Marginalization*. *op. cit.*, p. 2 Traduction de l'anglais par l'auteur.

91 *Ibid.*, p. 4.

92 Floyd W. Rudmin, *Critical History of the Acculturation Psychology of Assimilation, Separation, Integration, and Marginalization*. *op. cit.*, p. 4.

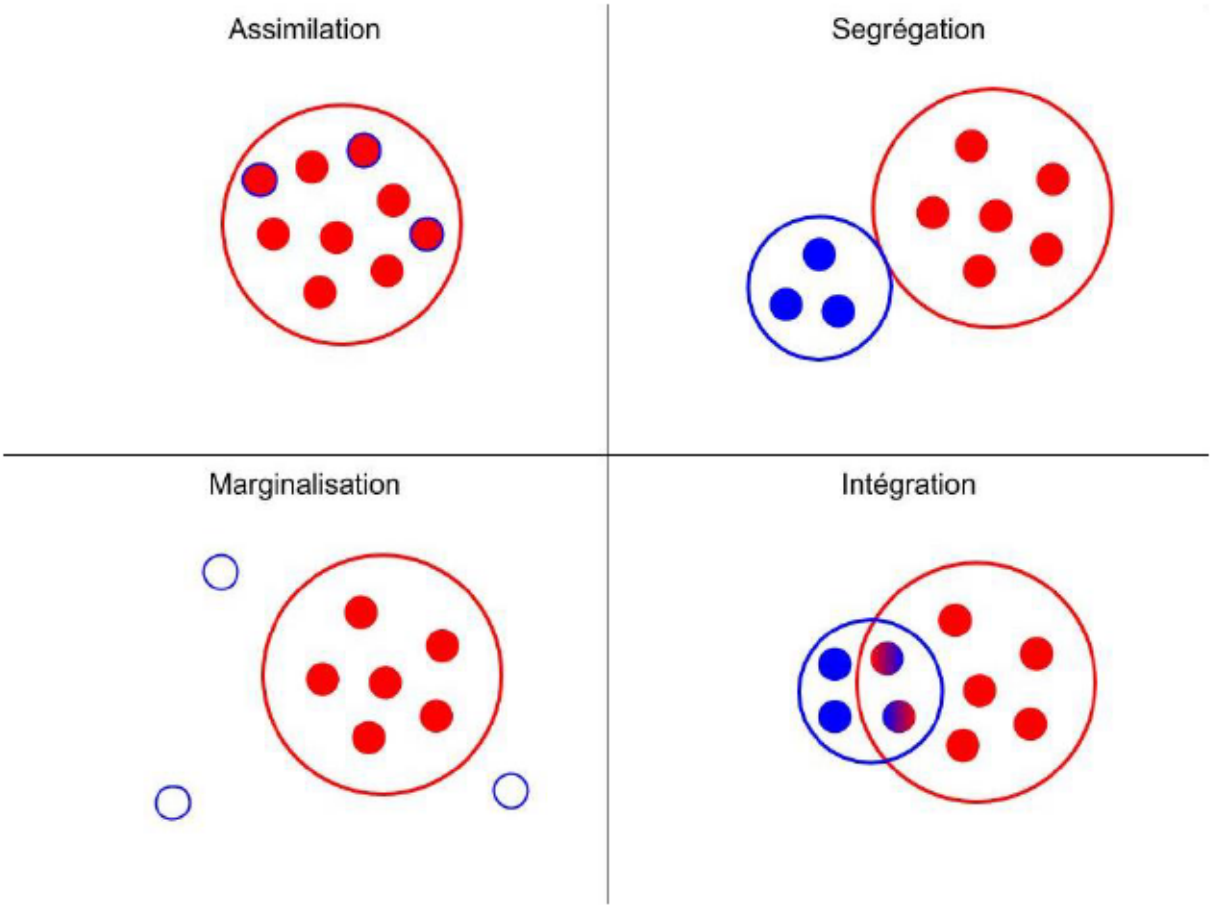
se faisant absorber par le grand cercle A. La seconde possibilité est celle de la séparation, appelée aussi « ségrégation », les deux cultures se ferment et n'échangent rien entre-elles : les deux cercles restent côte à côte. La troisième possibilité est celle d'une marginalisation de la culture minoritaire qui perd à la fois ses spécificités mais ne s'intègre pas non plus dans la culture dominante : le cercle « culture minoritaire » disparait et ses individus qui la composait se retrouvent en dehors du cercle « culture dominante ». Enfin, il existe une dernière possibilité : le cercle « culture dominante » et celui de « culture minoritaire » rentrent *en contact* l'un avec l'autre et forment une intersection[93]. Cette possibilité peut s'interpréter de deux manières : soit par un « biculturalisme » des individus se situant dans l'intersection ou soit par la formation d'une nouvelle culture qui serait le produit d'un contact entre deux cultures. Ce dernier cas de figure est parfois appelé « intégration »[94], bien que cette notion puisse aussi être interprétée d'autres manières. Toujours est-il que dans sa forme latine *integratio* signifie la (re)création d'un ensemble [à partir de différents éléments][95]. C'est surement cette idée qui correspondrait au mieux à une approche d'accommodation repensée.

93 Nous verrons ces mécanismes d'intersection dans la partie portant sur le dialogue interculturel. Nous étudierons notamment les termes de *contact*, *semiperméabilité* et *bonding/bridging social capital*.

94 Voir les travaux de Berry à ce sujet. John W. Berry; David L. Sam, *Acculturation and Adaptation* in Berry, John W.; Segall, Marshall H.; Kagitcibasi, Cigdem (éd.), *Handbook of cross-cultural psychology vol. 3. Social Behavior and applications*.

95 Félix Gaffiot; Pierre Flobert, *Le grand Gaffiot. op. cit.*, p. 836.

Figure 1 quatre modèles d'acculturation[96]



Pour Matthias T. Vogt *et al*. Le terme d'acculturation pose problème puisqu'il s'agit d'un comportement *en réaction* vis-à-vis de l'autre culture. Pour eux, il existe dans l'appropriation d'une seconde culture des mécanismes semblables à l'appropriation de sa culture *primaire*. Cette forme d'appropriation culturelle est appelée parfois *socialisation primaire* ou *enculturation [primaire]*. Elle a pour finalité la transmission « de modèles culturels au sein d'une communauté d'une génération à une autre »[97]. Un terme équivalent serait aussi celui de *méme* développé par Richard Dawkins[98]. En effet, La *mémétique* décrit un modèle de transmission (et de possibles mutations) de l'information culturelle de génération en génération (par analogie à l'information génétique) qui se réalise avant tout par imitation. Nous retrouvons cette idée de manière plus précise chez George Herbert Mead. Pour lui, le développement de l'enfant passe par le jeu. Tout d'abord par un *jeu libre* (en anglais : *play*[99]), où l'enfant apprend à imiter des rôles sociétaux : le/la professeur(e), la mère, le père, le/la docteur(e) etc.

96 Schéma réalisé par l'auteur

97 Matthias T. Vogt; Erik Fritzsche; Christoph Meißelbach, *Ankommen in der deutschen Lebenswelt*. *op. cit.*, p. 122.

98 Le mème est à l'évolution culturelle, ce que le gène est à l'évolution des espèces. Clinton R. Dawkins, *The selfish gene*, Oxford, Oxford University Press, 4ème éd., 2016, 1. éd. 1976.

99 Traduction des concepts de play et game par Abdelhak Qribi, *Socialisation et identité* in « Empan » n°2, 58 / 2005.

Il va ainsi comprendre par ce biais-là le « bon » comportement à adopter selon les rôles. Il va aussi s'apercevoir qu'il peut jouer d'autres rôles. Lors d'un jeu règlementé (en anglais : *game*), par exemple le football, l'enfant ne va pas seulement devoir jouer son rôle, celui de défenseur par exemple, mais aussi coordonner le sien avec les autres joueurs : milieux de terrain, attaquants, gardien du but etc... Il apprend ainsi à « prendre en compte les différentes attitudes sociales lors de leur mise en œuvre »[100]. Cette intériorisation des rôles s'insère dans le « moi », selon *la double structure de la personnalité* développé par Mead. Contrairement au « je » qui représente – un peu comme le « ça » de Freud – les pulsions humaines et les envies de l'individu qui agit, le « moi » (ou le « surmoi » selon Freud) est l'endroit où s'ancrent les valeurs, les normes et les règles de la société[101]. C'est dans ce rapport de tension entre « je » et « moi » que se forme l'identité. Or cet apprentissage du « moi », c'est à dire l'appropriation d'un des penchants de la personnalité, se fait en partie de manière proactive et préconsciente par le jeu et par l'imitation[102].

Ainsi, selon Vogt *et al.*, l'apprentissage d'une seconde culture, de ses systèmes de valeurs, de récompenses et de sanctions, peut se réaliser de la même façon[103]. C'est-à-dire non pas *en réaction* avec l'autre culture mais de manière *proactive*. Et non pas par un catalogue de « do/don't » qui peut être appris dans certains manuels de *management interculturel*[104], mais par le jeu, les arts, les activités culturelles etc. Ces derniers sont résumés par le terme de *rituels* : il s'agit d'un « mélange de rythme, de danse, d'ivresse, de symbolisme et de convivialité dans le but de stimuler énergiquement le groupe, et d'offrir un catalyseur adéquat [...] au besoin de dépasser son individualité et de se placer dans le contexte d'un groupe ou d'une signification plus large »[105]. Le cadre théorique de la théorie de l'appropriation culturelle nous invite donc à se concentrer sur l'interaction entre individus au sein de ces rituels. Nous retrouvons cette idée de « rituels » avec le terme *d'évènements culturels et artistiques* abordé plus bas.

Cette théorie présente néanmoins des lacunes que nous n'avons toujours pas pu résoudre, ni avec le concept de soft power, ni avec l'approche d'accommodation et ni avec la théorie de l'appropriation culturelle : il s'agit de la question de l'intention ainsi que de la place des rapports de pouvoir lors du processus d'appropriation culturelle au

---

100 « Das Kind erlang die Fähigkeit hinzu, [...] bei der Umsetzung gesellschaftlicher Haltung zu berücksichtigen » Matthias T. Vogt; Erik Fritzsche; Christoph Meißelbach, *Ankommen in der deutschen Lebenswelt*. *op. cit.*, p. 135 Traduction de l'allemand par l'auteur.

101 George H. Mead; Charles W. Morris, *Mind, Self, and Society. From the Standpoint of a Social Behaviorist*, Chicago, University of Chicago press, 7ème éd., 1972, 1. éd. 1967.

102 Matthias T. Vogt; Erik Fritzsche; Christoph Meißelbach, *Ankommen in der deutschen Lebenswelt*. *op. cit.*, p. 126.

103 *Ibid.*, p. 126.

104 https://www.intercultural-insights.com/2015/01/russian-manager/ [consulté le 01.12.2021]

105 *Ibid.*, p. 169.

sein des « rituels ». Même s'il est prôné au début de l'ouvrage que l'effort doit venir et des membres de la culture « d'accueil » et des membres de la culture « à accueillir », l'accent est mis sur l'apprentissage par les migrants d'un soi-disant « canon de valeurs » du pays accueillant. Les auteurs ne se contentent que d'évoquer des plateformes pour favoriser ce processus[106]. Une réciprocité équilibrée des échanges au sein des « rituels » ne peut avoir lieu que si les rapports de forces entre culture dominante – la culture du pays d'accueil – et culture minoritaire – celle des immigrés – sont fondamentalement ignorés. Il s'agit de l'utopie habermassien d'un « discours sociétal débarrassé des rapports de pouvoir », dont il est fait référence dans l'ouvrage[107]. Il est pourtant difficile de s'imaginer une telle possibilité dans des lieux, comme dans la campagne allemande[108], où la culture dominante est absolument majoritaire.

En outre, dans les *cultural studies* les plus récentes, la notion d'appropriation culturelle a pris une connotation négative. L'appropriation de la culture dominante par la culture minoritaire peut être vue comme une forme d'oppression et de spoliation. Inversement, l'appropriation d'éléments culturels de la culture minoritaire peut être perçu comme un vol des symboles de résistances vis-à-vis de la culture dominante[109]. Enfin, le cas d'un institut culturel à l'étranger est bien différent de celui de migrants arrivant en Allemagne. C'est bien la culture que l'institut veut promouvoir qui se retrouve en situation de minorité et qui doit s'adapter à la culture majoritaire. A-t-il aussi les moyens de créer des plateformes libérées des rapports de forces entre la culture du pays d'accueil et la culture (minoritaire) représenté par l'institut ?

La théorie de l'appropriation culturelle de Matthias T. Vogt *et al.* nous a permis à la fois d'avoir une base théorique solide pour une approche d'accommodation repensée et aussi de déplacer la focale sur les interactions entre individus au sein des « rituels ». Afin de répondre à la problématique de l'intentionnalité et des rapports de pouvoir au sein des « rituels », nous devons à présent décortiquer la théorie en partant d'un de ses concepts centraux : les représentations du monde.

3.2. Représentations du monde

Avant de passer aux définitions du concept de « Vorstellungswelten » proposé par Matthias T. Vogt *et al.* et de ses traductions possibles, peut-être devons-nous nous pencher sur le mot en soi afin de mieux saisir son sens. Il s'agit en effet d'une

---

106 Matthias T. Vogt; Erik Fritzsche; Christoph Meißelbach, *Ankommen in der deutschen Lebenswelt*. *op. cit.*, p. 62.

107 Paraphrasé de *Ibid.*, p. 139.

108 Il s'agit d'une approche intégration présenté dans *Ibid.*, p. 96–104.

109 Deborah Kireg, *Alles nur geklaut. WTF ist eigentlich Cultural Appropriation* in Berendsen, Eva; Cheema, Saba-Nur; Mendel, Meron (éd.), *Trigger-Warnung. Identitätspolitik zwischen Abwehr, Abschottung und Allianzen*.

composition – ce qui n'est pas une rareté en allemand – formée des substantifs « Vorstellung » et « Welt » (au pluriel « Welten ») avec l'interfixe « s » entre les deux. En grammaire allemande on parle de *composition déterminative nominale*[110] : le terme de gauche détermine en effet le terme de droite. Ici, le terme de « Vorstellung » apporte des précisions supplémentaires sur celui de « Welt(en) ». Toutefois, il s'avère que ce genre de composition peut laisser prêter à une foule d'interprétations différentes[111]. Nous devons donc tout d'abord définir les deux termes séparément avant de les lier. Après avoir défini et traduit le terme de « Vorstellungswelt », nous verrons les mécanismes du modelage des *représentations du monde*, c'est à dire la manière dont ces dernières changent.

3.2.1. La notion de « Welt »

Le terme de « Welt » peut se référer à notre planète terre, qui est à peu près ronde, mais aussi à toute chose s'y trouvant et en particulier les humains[112] : c'est la *terre habitée* (οἰκουμένη)[113]. Du côté des relations internationales le terme de « Welt », c'est l'ensemble des différentes nations – aussi floue que soit la notion – qui compose cet écoumène et de leurs interactions[114]. Le terme de « Welt » vient du vieux haut allemand « wer-alt » [115] où « wer » désigne l'homme [116] et le « alt » se réfère à l'âge [117]. Littéralement c'est « l'âge des hommes » : ce sont les générations qui se succèdent les unes aux autres. Cette idée se retrouve aussi dans le terme de 世界 en chinois : le caractère de droite signifie le « champ »[118] et celui de gauche « de notre génération et de nos ancêtres » (il représente en effet les branches d'un arbre [généalogique][119]). La notion de « Welt » n'est donc pas que spatiale, elle est aussi temporelle. Elle ne désigne

---

110 En allemand « Nominale Determinativkomposition ». Elke Donalies, *Die Wortbildung des Deutschen. Ein Überblick*, Tübingen, G. Narr, 2ème éd., 2005, cop. 2005, p. 51–66

111 *Ibid.*, p. 62.

112 *Duden, das Herkunftswörterbuch. op. cit.*, Welt: 1, 2.

113 « L'écoumène, c'est l'ensemble et la condition des milieux humains, en ce qu'ils ont proprement d'humain, mais non moins d'écologique et de physique. C'est cela, l'écoumène, qui est pleinement la demeure (oikos) de l'être de l'humain. » Augustin Berque, *Écoumène. Introduction à l'étude des milieux humains*, Paris, Belin, 2019, p. 17.

114 Dieter Nohlen; Florian Grotz, *Kleines Lexikon der Politik. op. cit.*, p. 734–735.

115 *Duden, das Herkunftswörterbuch. op. cit.*, Welt. La racine proto-germanique nous donne weraldiz, formée lui-même de *wira, signifiant homme, mari ou héro et de *aldi, se référant aux termes d'âge, de génération Guus Kroonen, *Etymological dictionary of proto-Germanic. op. cit.*, p.20 et 588. Plus de détails dans les notes de bas de pages suivantes.

116 La racine proto-germanique *weraz/*wira vient de la racine proto-indo-européen *wiHrós, signifiant mari, guerrier ou héro, elle-même dérivée de *weih1 qui désigne le verbe chasser. *Ibid.*, p. 588; Julius Pokorny, *Indogermanisches etymologisches Wörterbuch. op. cit.*

117 Du proto-indoeuropéen *h2életi, lui venant de *h2el- ("to raise, feed, nourish"). Guus Kroonen, *Etymological dictionary of proto-Germanic. op. cit.*, p. 20.

118 界 est un idéophonogramme. Le symbole du haut 田 porte la signification du caractère : le champ, le domaine. Celui du bas se réfère à sa sonorité /jie/ et signifie « relier, connecter » : Il s'agit des lignes qui séparent 八 les hommes 人. Le terme de 世界 semble donc inclure la possibilité d'un pluriel.

119 Zhang Yushu (張玉書); Chen Tingjing (陳廷敬), *康熙字典 (Kāngxī zìdiǎn). op. cit.*, p. 77.

donc pas que la planète terre, les humains et les peuples qui l'habitent, mais aussi toutes les générations de femmes et d'hommes qui nous ont légué leurs arts et leur savoir sur le monde[120].

La notion de « Welt » c'est également le monde qu'il est possible de connaitre. Elle renvoie au terme de κόσμος (cosmos) dans la philosophie grecque. Il désigne une totalité qu'il est possible de saisir par les sens (κόσμος νοητός – cosmos noetos) ou par l'esprit (κόσμος αἰσθητός – cosmos aisthetos)[121]. Selon Socrate c'est le monde « en bon ordre »[122] par opposition au chaos. Analogue à la pensée du philosophe grec[123], la création du monde (en allemand *Weltschöpfung*) dans l'ancien testament est un acte d'établissement de l'ordre à partir du chaos. Dieu dissipe ce dernier en amenant la « lumière » : c'est effectivement elle qui nous permet de distinguer les choses qui se trouve à notre portée. « Свет (svet) », en russe, est une traduction possible pour « Welt »[124] : le mot désigne à la fois le monde et ce qui brille, c'est à dire la lumière, le firmament. C'est ainsi que nous retrouvons la racine du mot « monde ». En latin, le terme de *mundus* est emprunté directement du grec ancien *cosmos* et signifie en premier lieu s'habiller de manière élégante (cosmétique)[125]. Il est possible de s'imaginer une femme romaine vêtue d'une *palla*[126] de couleur bleu indigo et portant des bijoux qui brillent çà et là : boucles d'oreille, pendentifs et bracelets. C'est cette métaphore que nous retrouvons dans « la robe de la nuit » pour désigner le

---

[120] La métaphore « des nains sur les épaules de géants », attribuée à Bernard de Chartres rend bien compte de cette idée. Newton l'utilisera plus en déclarant : « if I have seen further, it is by standing on the shoulders of giants / Si j'ai vu plus loin, c'est en montant sur les épaules de géants ». Newton, Isaac. *Letter from Sir Isaac Newton to Robert Hooke*. Historical Society of Pennsylvania, 5 février 1675. Citée dans Matthias T. Vogt, *Interculturality – Institut für kulturelle Infrastruktur Sachsen*. *op. cit.*

[121] Joachim Ritter, et al., *Historisches Wörterbuch der Philosophie online*, Basel, Schwabe Verlag, 2017, Mundus intelligibilis/sensibilis.

[122] « Les savants, Calliclès, disent que le ciel et la terre, les dieux et les hommes sont unis ensemble par l'amitié, la règle, la tempérance et la justice, et c'est pour cela, camarade, qu'ils donnent à tout cet univers le nom d'ordre [κοσμέω], et non de désordre et de dérèglement. Platon, *Gorgias. De la rhétorique*, La Bibliothèque électronique du Québec, 2016, 1. éd. 380 av. J.-C., p. 244–245.

[123] Nous pourrions ajouter ici « et contemporain à Socrate ». La compilation du récit de la genèse daterait selon des récentes recherches entre le VIIe et IIe av. J.-C. Israël Finkelstein; Neil A. Silberman, *La Bible dévoilée. Les nouvelles révélations de l'archéologie*, Paris, Bayard, 2008, p. 11–12.

[124] Le terme de « Welt » peut se traduire en russe en premier lieu par Мир (mir) qui signifie à la fois le monde et la paix. Avant la réforme orthographique de 1918 il était possible de distinguer les deux termes : миръ () et міръ (). Or leur racine étymologique est commune et provient du proto-slave *mirъ* et du proto- balto-slave *mei̯rós, signifiant avant tout la paix, le calme. Rick Derksen, *Etymological dictionary of the Baltic inherited lexicon*, Leiden, Boston, Brill, 2015, p. 318. Le terme de communauté paysanne Мир (mir) mise en avant par les slavophiles au XIX[ème] siècle provient de la signification «мирное сообщество», communauté paisible. Max Vasmer, *Этимологический словарь русского языка*, Москва, 1964—1973. « Welt » peut aussi se traduire par вселенная, qui est à rapprocher avec la notion grecque οἰκουμένη : la terre habitable *Ibid.*. « Welt » peut se traduire enfin par свет Svet dont la racine proto-balto-slave signifie « ce qui brille » Rick Derksen, *Etymological dictionary of the Baltic inherited lexicon*. *op. cit.*, p. 476.

[125] *Online Etymology Dictionary*, Cosmos; Mundane.

[126] La *palla* est un manteau traditionnel romain porté par les femmes et attaché avec des fibules. Il pouvait être de couleur bleue, verte ou jaune.

firmament[127]. Le monde est ce qui se trouve sous le ciel éclairé, ce que l'on peut connaitre, au-delà c'est l'univers, l'inconnu absolu[128].

Cette dichotomie entre le monde connu et fini des hommes d'un côté et d'un autre le monde inconnu et infini de dieu dans la pensée occidentale est aussi un héritage chrétien[129]. Elle est renforcée dans la pensée cartésienne. Le monde n'est plus une totalité qu'il est possible de saisir par les sens et l'esprit (κὸσμος), il existe une donnée extérieure au monde, insaisissable pour l'Homme. René Descartes ne peut trouver dans le monde « une chose qui soit certaine et indubitable »[130], il emprunte alors l'axiome de Dieu. Il s'agit d'une idée innée auquel il faut croire pour pouvoir construire quelque chose. Or ce Dieu ne peut se trouver qu'à l'extérieur du monde[131]. Descartes fait une analogie au point d'appui d'Archimède qui lui permettrait de soulever le monde[132] : ce dernier aussi ne peut se trouver qu'en dehors de la terre. En introduisant la notion de point de fuite (en allemand : *Fluchtpunkt*[133]) dans son concept de *Vorstellungswelt(en),* Matthias T. Vogt *et al.* se situent aussi dans cette lignée cartésienne. Il s'agit d'un point qui structure le dessin tout en se trouvant en dehors de l'image même[134]. Le point de fuite est la porte d'entrée vers l'infini – une interprétation contemporaine de la notion de Dieu – un point de rencontre avec ce dernier, lequel nous renvoie son regard. Le point de fuite est finalement un « instrument pour

---

127 Dans la mythologie indoue le monde est une demi-sphère portée par quatre éléphants sur le dos d'une tortue géante. Le firmament est formé par un cobra à lunettes, dont la peau reflète les astres. Stephen Hawking, *Kurze Geschichte der Zeit. op. cit.*, p. 2. Dans la mythologie nordique ce serpent se nomme Midgardsorm et entoure l'océan de Midgard – le domaine des hommes. Ce dernier, ainsi que huit autres mondes, est porté par l'arbre Yggdrasil. Le domaine des hommes (la terre) se situe en dessous d'Asgard, le monde des dieux et des défunts héros et au-dessus des mondes souterrains, où séjournent entre autres les morts – le domaine de Hel. Edith Hamilton, *La mythologie. Ses dieux, ses héros, ses légendes*, Vanves, Marabout, 2019, p. 345.

128 Paul Clavier, *L'idée d'univers* in Kambouchner, Denis (éd.), *Notions de philosophie*, p. 31–32.

129 Pour ceci nous pouvons faire référence à la gravure sur bois dans l'ouvrage édité par Flammarion, datant sûrement de la renaissance allemande légendée « un missionnaire du Moyen Âge raconte qu'il avait trouvé le point où le ciel et la Terre se touchent [...] Mais quel est donc ce bleu, qui certainement existe, et dont le voile nous cache les étoiles pendant le jour ? ». Les roues d'Ézéquiel (le chariot de Dieu) présentes sur la gravure peuvent nous laisser entendre que derrière le firmament et le monde fini des hommes, il y a Dieu et l'infini. Camille Flammarion, *L'atmosphère. Météorologie populaire*, Paris, Librairie Hachette Et Cie, 1888, p. 163.

130 René Descartes; Jean-Marie Beyssade; Michelle Beyssade, *Méditations métaphysiques. Objections et réponses, suivies de quatre Lettres*, Paris, Flammarion, 2011, 1. éd. 1641, Meditationes de Prima philosophia, Méditation seconde.

131 Matthias T. Vogt; Erik Fritzsche; Christoph Meißelbach, *Ankommen in der deutschen Lebenswelt. op. cit.*, p. 75.

132 René Descartes; Jean-Marie Beyssade; Michelle Beyssade, *Méditations métaphysiques. op. cit.*, Méditation seconde.

133 Notion empruntée à Leon Battista Alberti „centricus punctus" citée dans Matthias T. Vogt; Erik Fritzsche; Christoph Meißelbach, *Ankommen in der deutschen Lebenswelt. op. cit.*, p. 75.

134 La plupart des modèles mathématiques placent le point de fuite en dehors de l'image. Voir schémas Kirsti Andersen, *The Geometry of an Art. The History of the Mathematical Theory of Perspective from Alberti to Monge*, New York, Springer, 2009, p. 543

transmettre une expérience transcendantale »[135]. Cette idée est centrale dans la pratique religieuse du christianisme orthodoxe avec les *icônes*[136], à la différence que – par un effet de perspective inversée – le point de fuite provient de celui qui regarde l'image[137].

Depuis, cependant, toute une philosophie a remis en cause la pensée cartésienne. Le monde d'Emmanuel Kant n'est ni fini, ni infini : « son essence est d'être toujours déjà là et de précéder toute rencontre d'un étant quelconque »[138]. Il s'agit donc d'une construction théorique, d'un *a priori*, nécessaire à toute forme d'existence. Ce premier pas a enclenché le développement d'une pensée radicale, celle d'Edmund Husserl : il n'existe fondamentalement pas de « choses en soi », pas de points de fuite en dehors du cadre, mais qu'un *monde de phénomènes*, c'est à dire le monde tel qu'il se présente. C'est par notre intention (du latin intendo : *porter son attention sur*[139]), qu'un « objet qui n'est pas encore connu [...] franchit le seuil de la conscience et accéder à notre connaissance. »[140] Martin Heidegger continue cette idée, en affirmant que notre « souci-de » l'objet n'est possible que s'il fait sens[141]. Le monde n'est alors pas une somme d'objets étants, ni de « faits »[142], mais présenté comme une totalité de signification. Cette intention fait écho à l'idée de *volonté* chez Schopenhauer : c'est pour lui l'*a priori* que tout être possède une volonté de vivre. Le fait de donner un sens au monde qui se présente, nous fait dire que ça vaut le coup de vivre[143].

---

135 Corinna Laude, *Daz in swindelt in den sinnen. Die Poetik der Perspektive bei Heinrich Wittenwiler und Giovanni Boccacio*, Berlin, E. Schmidt, 2002, cité dans Matthias T. Vogt; Erik Fritzsche; Christoph Meißelbach, *Ankommen in der deutschen Lebenswelt. op. cit.*, p. 76

136 Dans la tradition orthodoxe l'icône est considérée comme une fenêtre vers le divin. Konrad Onasch, *Ikone. Kirche, Gesellschaft*, Paderborn [etc.], Schöningh, op. 1996, p. 11. Malevitch poursuit cette idée en créant une icône moderne « carré noir sur fond blanc ». Il y retire la figure de Jésus Christ pour ne laisser transparaitre que l'auréole, la mandorle ou le nimbe, signifiant l'infini, notion moderne pour Dieu. Виктор В. Бычков, *Икона и русский авангард начала XX века* in Бычков, Виктор В. (éd.), *КорневиЩе. Книга неклассической эстетики*.

137 « En ce sens, l'icône est le contraire d'une peinture de la Renaissance : elle n'est pas une fenêtre par laquelle l'esprit humain doit pénétrer dans un monde représenté, mais elle est un lieu de présence. En elle le monde représenté rayonne vers celui qui s'ouvre pour recevoir. Dans la perspective inversée, c'est l'espace qui est actif et non celui qui regarde. (Sendler, p. 120) » Jérôme Collin, *L'icône, image de l'invisible d'Egon Sendler. D'après les annotations de Jean-Marie Floch* in Floch, Jean-Marie; Collin, Jérôme (éd.), *Lecture de la Trinité de Roublev*, p. 182. « Il s'agit donc d'une expérience vécue de celui qui regarde par l'icône « l'icône ne représente pas la Divinité. Elle indique et assure la participation de l'homme à la vie divine. » Jean-Marie Floch; Jérôme Collin, *Lecture de la Trinité de Roublev*, 1re éd, Presses universitaires de France, Paris 2009, p. 67.

138 Jean Seidengart, *Monde* in Blay, Michel (éd.), *Dictionnaire des concepts philosophiques*, p. 700.

139 Félix Gaffiot; Pierre Flobert, *Le grand Gaffiot. op. cit.*, p. 838.

140 Edmund Husserl, *La crise de l'humanité européenne et la philosophie*, 2012, 1. éd. 1936.

141 Annie Larivée; Alexandra Leduc, *Saint Paul, Augustin et Aristote comme sources gréco-chrétiennes du souci chez Heidegger* in « Philosophie » n°2, n° 69 / 2001, p. 46.

142 Pour Wittgenstein le monde n'est pas une somme d'objets mais de « faits » (Tatsachen). Ces derniers sont basés sur l'existence de relations entre différentes choses (das Bestehen von Sachverhalten). Ludwig Wittgenstein, *Logisch-Philosophische Abhandlung*, Wien, Wilhelm Ostwald's Annalen der Naturphilosophie, 1921. Pour Heidegger, ce Monde I n'existe pas.

143 Arthur Schopenhauer, *Die Welt als Wille und Vorstellung*, Zürich, Diogenes, 1977, 1. éd. 1819.

« Welt », comme nous l'avons vu passe alors d'un singulier absolu : chez les grecs il n'y a qu'un monde, une totalité qu'il est possible de saisir par nos organes sensoriels ou par l'intellect. Dans la pensée cartésienne il y a un monde fini – celui des hommes – qui est la somme de tous les étants et celui de Dieu, infini, dont la connaissance est impossible. À partir de la philosophie postkantienne, il y a autant de mondes qu'il y a de sujet. Seul l'intersubjectivité permettrait d'atteindre un monde à peu près objectif[144]. Paul Ricoeur résume cette idée de monde au pluriel comme celui de la recherche du sens de notre vie :

> « La philosophie transcendantale de Husserl est une philosophie du « sens » — en donnant à ce mot sa plus vaste extension par-delà toute étroitesse intellectualiste — : sens perçu, sens imaginé, sens voulu, sens éprouvé affectivement, sens jugé et dit, sens logique. Le monde pour moi c'est le sens du monde en moi, le sens inhérent à mon existence, et, finalement, le sens de ma vie » [145]

N'existe-t-il pourtant pas un niveau intermédiaire entre ces mondes individuels de la philosophie moderne et le monde totalisant de la pensée grecque qui seraient des points d'intersections entre les différents mondes ? Nous retrouvons cette idée avec la notion de représentations que nous allons voir maintenant.

3.2.2. La notion de « Vorstellung »

Contrairement au terme de « Welt » que nous avons aisément traduit par « monde », le mot « Vorstellung » est plus délicat à traduire en français. Cela tient notamment au préfixe « vor- » qui inscrit le terme dans trois dimensions. Il a tout d'abord une dimension spatiale, ce sont les choses qui sont placées devant nous, qui se *pré-sentent*[146] (vor-stellen[147]) à nous. Le préfixe « vor- » signifie aussi « avant » et a donc une dimension temporelle. C'est le fait de « replacer devant les yeux ». Une *re-présentation* au théâtre se traduit par « Vorstellung » en allemand : c'est la pièce qui est rejouée encore une fois devant le public. Enfin, le préfixe « vor » à une dimension potentielle : c'est la scène que l'on joue dans sa tête avant qu'elle se soit réellement produite, par exemple avant un rendez-vous. Ce sont aussi les scénarios alternatifs que l'on s'*imagine* après coup, quand l'entretien a tourné au vinaigre. Chacune de ces dimensions nous offre une traduction différente de « Vorstellung » en français : présentation, représentation, imagination.

---

144 Bertrand Bouckaert, *Le problème de l'altérité dans les «Recherches logiques» de Edmund Husserl* in « Revue Philosophique de Louvain » n°4, 99 / 2001, p. 632.

145 Paul Ricoeur, *Étude sur les « Méditations Cartésiennes » de Husserl* in « Revue Philosophique de Louvain » n°33, 52 / 1954, p. 83.

146 Prae – devant, sum – être. Littéralement être devant.

147 Stellen – placer ; de la racine proto germanique stalljan lui-même de la racine proto-indo-européenne *stel- « to put, to place » selon Julius Pokorny, *Indogermanisches etymologisches Wörterbuch. op. cit.*, *stel-3.

Aussi voyons-nous que la notion de « Vorstellung » est intimement liée à celle de monde. C'est la clé pour connaitre ce dernier. Ce concept est applicable dans les différentes notions du monde que nous avons vu plus haut : si le monde est une somme d'objets, une totalité d'étants qu'il est possible de saisir par l'intermédiaire des sens, de l'intellect (les concepts que l'on a emmagasinés ou développés[148]) ou par la fantaisie[149], alors c'est la « Vorstellung », en tant que présentation (mundus sensibilis), représentation (mundus intelligibilis) et imagination (mundus imaginatis), qui nous permet de saisir le monde. Si le monde n'est qu'un horizon qui s'élargit à l'individu par son intention, c'est aussi la « Vorstellung » qui est à la base du processus dynamique de compréhension du monde. C'est elle qui donne sens aux objets et aux phénomènes qui nous entourent. S'il existe quelque chose « en dehors du monde » alors sa représentation est théoriquement impossible. Si ce quelque chose se nomme Dieu, il devient logique que *se faire une image de*[150] Dieu soit interdit dans la Bible[151] ou par l'Islam.

Mais la notion de « Vorstellung » ne signifie pas seulement ce qui nous explique le monde, il s'agit aussi de modèles de comportements pour nos actions futures : ce film que l'on se fait « dans sa tête » avant un rendez-vous jouera un rôle, non des moindres, lorsque le rendez-vous a effectivement lieu[152]. La notion de « Vorstellung » est donc liée à celle de prévoyance, elle précède ici l'expérience. Dans sa fonction d'explication du monde, pourtant, elle agit *a posteriori* en essayant de répéter l'expérience. La « Vorstellung » en tant que présentation agit quasiment de manière instantanée, en phase avec l'expérience. Cette capacité surprenante de la « Vorstellung » à être sur tous les fronts de l'expérience peut même nous amener à penser qu'elle se situerait en dehors du monde.

Hormis pour désigner une présentation de soi, les spectacles vivants ou les films, la notion de « Vorstellung » insiste avant tout sur les *représentations mentales*[153]. En

---

148 C'est ce que Lyotard appellerait « la traditionnelle conscience « digérant », ingérant au moins, le monde extérieur » en parlant du rôle de l'intellect dans la conception du monde précédant la phénoménologie et que l'on retrouve chez Hegel. Jean-François Lyotard, *La phénoménologie*, Paris, Presses universitaires de France, 14ème éd., 2007, p. 6.

149 Selon Georg Vogt-Spira la fantaisie est « une sorte de relais qui établit le lien entre le monde sensuellement perceptible et le monde cognitif, sans toutefois masquer complètement leur différence. / Die phantasia ist eine Art Relais, das die Verbindung zwischen sinnlich wahrnehmbarer und kognitiver Welt herstellt, ohne dabei jedoch deren Differenz gänzlich zu verdunkeln »Cité dans Matthias T. Vogt; Erik Fritzsche; Christoph Meißelbach, *Ankommen in der deutschen Lebenswelt*. *op. cit.*, p. 73.

150 C'est d'ailleurs une des définitions possibles pour Vorstellung: „Sich in bestimmter Weise ein Bild von etwas machen." *Duden, das Herkunftswörterbuch*. *op. cit.*, Vorstellung (7).

151 Louis Segond, *Sainte Bible*. *op. cit.*, Ex 20,4 et Dtn 5,6, citée dans Matthias T. Vogt; Erik Fritzsche; Christoph Meißelbach, *Ankommen in der deutschen Lebenswelt*. *op. cit.*, p. 72.

152 Matthias T. Vogt, et al., *Stärkung der Resilienz in Mittelstädten. Informationsaustausch regionaler Akteure*, Görlitz, 2015, p. 4.

153 Pour l'expression matérielle de la représentation on peut utiliser plusieurs mots. Tout d'abord « Darstellen » : le fait de « poser (stellen) là (da[r]) » devant nos yeux. Die darstellende Kunst est ce

français le terme de *représentations* a deux expressions : mentales et matérielles. Nous retrouvons cette idée chez Pascal Ory qui aborde en premier lieu le fait que la représentation est au cœur des théories politiques modernes. En effet, un roi ou un député a deux corps[154]. Il s'agit d'une femme ou d'un homme en chair et en os : le représentant. C'est aussi une fonction : ce qu'il représente, c'est à dire la communauté constituée par le royaume ou la république. Tandis que le premier est un corps matériel et condamné à devenir poussière ou à être remplacé après quelques années, le second corps est immortel et se transmet aux successeurs. Il s'agit ni plus ni moins d'une fiction qui se loge dans nos têtes qui fait consensus. Cette idée des deux corps de la représentation politique peut se décliner dans d'autres domaines : c'est de manière générale « *la* forme (matérielle) d'une expression (mentale) »[155]. D'ailleurs les représentations ne deviennent visibles et peuvent être étudiées – du moins pour un historien comme Pascal Ory – que « sous la forme de *pratiques* »[156], c'est-à-dire par leurs expressions matérielles. Aussi le peintre peut représenter matériellement ce qu'il a imaginé mentalement, mais c'est toujours son tableau, en tant qu'*objet symbolique*, qui laissera une trace dans l'espace et le temps.

Ainsi, les objets symboliques, les pratiques et les modes de vie (lorsque les pratiques font système)[157] – donc toutes ces expressions matérielles de représentations mentales – font partie de la notion de culture au sens restreint. En y ajoutant les représentations mentales elles-mêmes nous obtenons la définition dite large de la culture[158]. Pascal Ory fait ainsi des représentations un concept clé pour définir ce qu'est la culture. Or pour lui il ne s'agit pas de représentations individuelles, mais de l'ensemble des représentations « collectives » (c'est à dire partagées par l'ensemble d'un groupe) propres à une société[159].

La « Vorstellung » a donc trois dimensions : spatiale, temporelle et potentielle. Elle n'explique pas seulement le monde en agissant *a posteriori*, mais elle correspond aussi

---

qu'on appelle en français « l'art vivant ». Pour les représentations picturales le terme de « Bild » est utilisé : die bildende Kunst qui se traduit par « arts visuels » en français. En musique on parle de représentations musicales en français mais de « Musikaufführung » en allemand. En littérature on appelle un écrivain un « Schriftsteller » Celui qui pose les caractères sur une feuilles de papier. On peut dire d'un bon auteur de fiction qu'il a de l'imagination, on dira aussi en allemand : « was für eine Vorstellungskraft! ». Enfin, La représentation dans le sens politique du terme se traduit en allemand par « Vertretung ».

154 Expression empruntée à Ernst H. Kantorowicz, *The king's two bodies. A study in mediaeval political theology*, Princeton, Princeton University Press, 1997, 1. éd. 1957. Nous retrouvons cette idée dans le titre d'un texte de Pascal Ory Pascal Ory, *Quelques notes succinctes sur les deux corps de la représentation*. *op. cit.*

155 Pascal Ory, *L'histoire culturelle*. *op. cit.*, p. 9.

156 *Ibid.*

157 Robert Frank, *Culture et relations internationales*. *op. cit.*, p. 8.

158 Voir la définition citée plus haut de l'Organisation des Nations unies pour l'éducation, la science et la culture, *Conférence intergouvernementale sur les politiques culturelles pour le développement*. *op. cit.*

159 Pascal Ory, *L'histoire culturelle*. *op. cit.*, p. 8.

à des modèles de comportement en agissant *a priori*. Elle a deux expressions : matérielle et mentale. Enfin, elle semble pouvoir être individuelle ou partagée, quoique Pascal Ory – par son prisme d'historien culturel – la pose comme exclusivement collective. Pour revenir sur la notion de monde et d'intersubjectivité c'est bien la représentation qui fait le lien entre tous les différents mondes individuels. Ce n'est pas parce qu'elle existe en dehors des mondes subjectifs, comme le suggère Matthias Theodor Vogt, mais parce qu'elles habitent en même temps différents mondes et créent une intersection commune. Contrairement à l'idée du réalisme critique[160], un objet qui se présente à plusieurs individus et qu'ils percevraient indirectement par le biais de leurs représentations n'existe pas dans un soi-disant monde totalisant, mais se révèle seulement par et dans la « Vorstellung » partagée de l'objet. Par extension, si nous prenons la notion de représentations comme synonyme de culture, c'est bien la culture qui forme une voie du milieu entre ces mondes individuels et le monde totalisant.

3.2.3. Traduire et définir le terme de Vorstellungswelten

Le terme de « Vorstellungswelten » désigne donc *ces mondes individuels formés de représentations collectives*[161]. Traduit de manière littérale, il donnerait en français « les mondes de représentations », expression qui sonne un peu étrange dans la langue de Molière. Certaines traductions utilisent le mot « imaginaire »[162], qui collerait uniquement avec la dimension potentielle de la « Vorstellung ». Ce qui serait le plus compréhensible pour francophone serait de changer le point de vue en parlant de « représentations du monde », forme réduite des *représentations collectives (c'est à dire que je partage avec d'autres) qui forme mon monde individuel*. Nous avons ici juste mis la forme verbale à la voix active sans changer l'idée de « Vorstellungswelt ». Enfin, les représentations du monde ce n'est pas la « Weltanschauung » ou l'idéologie, cette dernière ayant un côté figé, unidirectionnel et n'expliquant pas le processus dynamique des représentations du monde.

---

160 « Les réalistes criticistes s'accordent sur les points suivants : 1° Existence de choses physiques externes non connues en tant que choses physiques, mais se manifestant par leur action sur les organes sensoriels. (Le monde physique est donc affirmé et non inféré.) 2° Perception intuitive interne, d'une part, des impressions sensorielles produites par les choses du monde physique et, d'autre part, des réactions subjectives – ajustements moteurs et attentes mentales – à ces choses. Ici, l'intuition est intention : elle renvoie au monde physique. C'est donc la représentation référentielle des choses qui est connue et non les choses elles-mêmes. L'essence est toute dans la représentation et nullement dans les choses qui ne sont que matérielles » Gérard Deledalle, *La philosophie américaine*, Bruxelles, De Boeck Université, 3ème éd., 1998, p. 84.

161 Le Duden propose quant à lui cette définition : L'ensemble de ce qu'on se représente (dans le sens de se faire une image de), c.à.d. ce à quoi on a réfléchi par avance pour un cas particulier / Gesamtheit dessen, was jemand sich vorstellt (im Sinne von: sich in bestimmter Weise ein Bild von etwas machen) bzw. was er für einen bestimmten Fall im Voraus überlegt hat. *Duden, das Herkunftswörterbuch. op. cit.*, Vorstellungswelt.

162 C'est le cas des dictionnaires en ligne Leo : https://dict.leo.org/franz%C3%B6sisch-deutsch/Vorstellungswelt et Linguee : https://www.linguee.fr/allemand-francais/traduction/vorstellungswelt.html [Liens consultés le 21/01/2021.]

Matthias T. Vogt définit clairement le concept de représentations du monde principalement dans deux ouvrages, tout d'abord en tant que modèles de comportement pour nos actions futures et donc *a priori* :

> « Ce qui qu'on entend [par représentations du monde], ce sont les images que l'on a en tête et qui guident nos actions. Elles incitent les gens à faire ou à ne pas faire quelque chose. Le fait que les représentations du monde précèdent les structures est un principe de base de l'ethnologie. » [163]

Puis en tant que modèles d'interprétation du monde :

> « Nous composons notre image du monde à partir de nos représentations, et non à partir de connaissances objectives, car ces connaissances ne sont pas de l'ordre du sensible, et nous sont donc difficilement accessibles sur le plan cognitif. Les représentions sont en même temps des modèles d'interprétation, elles nous expliquent le monde pour autant que nous puissions le comprendre. » [164]

Toutefois, pour lui les représentations du monde en tant que modèles d'interprétation, qu'il nomme les « (re)présentations dans le théâtre de mon propre esprit »[165], « appartiennent principalement au domaine de l'éthique – ce que nous devons faire. » et sont très vite oubliées. Les représentations du monde en tant que modèles de comportement en revanche « déclenchent quelque chose en nous et nous mettent ainsi en mouvement à leur tour »[166]. Ce sont donc elles qui donnent sens à nos actions.

Cependant la différence fondamentale avec notre définition tient en la croyance chez Matthias T. Vogt à un monde objectif et à un monde « en dehors » qui se situeraient entre le monde subjectif[167]. Il s'agit d'une référence aux trois mondes de Karl Popper[168].

---

163 « Gemeint sind die Bilder im Kopf, die handlungsleitend werden. Sie veranlassen Menschen, etwas zu tun oder zu lassen. Daß Vorstellungen vorgängig zu Strukturen sind, ist ein Grund-satz der Ethnologie. » Matthias T. Vogt, et al., *Stärkung der Resilienz in Mittelstädten*. *op. cit.*, p. 4.

164 Aus unseren Vorstellungen setzen wir uns unser Bild der Welt zusammen, nicht aus objektiven Befunden, da uns solche nicht sinnlich und damit wiederum auch kognitiv kaum zugänglich sind. Diese Vorstellungswelten sind gleichzeitig Deutungsmuster, sie erklären uns die Welt, soweit wir diese verstehen können Matthias T. Vogt; Erik Fritzsche; Christoph Meißelbach, *Ankommen in der deutschen Lebenswelt*. *op. cit.*, p. 72.

165 Seth Lachterman, *It's All in the Presentation: A New Look at Schopenhauer*, 2009 Cite dans Matthias T. Vogt; Erik Fritzsche; Christoph Meißelbach, *Ankommen in der deutschen Lebenswelt*. *op. cit.*, p. 72–73.

166 Die einen gehören insbesondere zum ethischen Bereich – was wir tun sollten (zumeist im Konjunktiv der Vergeblichkeit). Sie sind montags früh gerne vergessen. Die anderen jedoch sind handlungsleitend; sie setzen etwas in uns und damit wiederum uns in Gang. *Ibid.*, p. 73.

167 Ce que Matthias T, Vogt appelle *l'entrainement du sens de l'imaginaire* vis-à-vis du sens du réel et du possible / Ertüchtigung des Imaginärsinns neben Wirklichkeit- und Möglichkeitssinn Matthias T. Vogt, *Die Stärke der Schwäche*, Lang, Frankfurt, M., Berlin, Bern, Bruxelles, New York, NY, Oxford, Wien 2009.

168 Selon Popper il existe un « monde I » matériel formé d'une somme d'objets, à côté d'un « monde II » subjectif, formé par l'expérience individuelle, et un « monde III » d'explication où l'on retrouve les théories, les mythes, l'art etc. Karl R. Popper, *Three Worlds. The Tanner Lecture on Human Values at the University of Michigan*, 1978 cité dans Matthias T. Vogt; Erik Fritzsche; Christoph Meißelbach, *Ankommen in der deutschen Lebenswelt*. *op. cit.*, p. 72.

Nous avons fait le pari ici de dire que tout est contenu dans le monde subjectif mais aussi partagé entre les différents individus. Si cette nuance fondamentale ne change pas vraiment la définition des représentations du monde, elle est essentielle dans la description de ses mécanismes que nous allons voir maintenant. En effet, cela nous permet de moins ignorer les rapports de pouvoir qui s'exercent lors du « modelage des représentations du monde » décrits par Matthias T. Vogt[169].

3.2.4. Les mécanismes du modelage des représentations du monde

Jusqu'à présent nous avons seulement tenté de définir les représentations du monde. Nous devons maintenant nous pencher sur la façon dont ces dernières changent. Qu'elles soient modèles d'explications du monde ou modèles de comportements pour nos actions futures, les représentations du monde sont avant tout des « modèles ». D'ailleurs, Matthias T. Vogt les emploie en tant que « modèles[170] de significations, d'interprétations, de valeurs, de normes et d'appréhensions. » [171]. Pour lui, comme pour Pascal Ory, ces modèles sont synonymes de culture au sens large. Pourtant, qu'est-ce qu'un modèle ?

Le modèle, tout comme la représentation, a une signification *a posteriori* et *a priori* c'est tout d'abord en peinture ou en sculpture une « représentation réduite et simplifiée de ce que l'on fera de manière plus étoffée par la suite »[172], il est donc réalisé de manière imparfaite et simplifiée *à partir de* quelque chose. Mais le modèle c'est aussi « ce qui doit être imité »[173], il précède donc notre action. En bref, il existe une différence entre faire un modèle (modeler) et servir de modèle, mais les deux restent imbriqués. À l'origine, modeler c'est le fait de pétrir de l'argile pour obtenir une certaine forme[174].

Or l'action de modeler, c'est le *modelage* : nous revenons ainsi sur l'idée de *pouvoir-modelage* que nous avons étudié dans le chapitre précédent. Nous avons vu qu'un des buts du pouvoir-modelage était de partager ses aspirations ou plutôt, selon Han Byung-Chul, de créer une continuité de soi chez l'autre, c'est à dire dans son monde subjectif.

---

169 Matthias T. Vogt; Erik Fritzsche; Christoph Meißelbach, *Ankommen in der deutschen Lebenswelt*. *op. cit.*, p. 119.

170 En allemand : *Muster*. Le mot Muster peut signifier en plus de modèle « échantillon » et aussi – ce qui est intéressant pour notre recherche – un « motif qui se répète ». (*Duden, das Herkunftswörterbuch. op. cit.*, Muster 3. u. 4.). Cette idée de motif qui se répète et se décline selon les situations décrit bien le principe de modèles d'interprétation du monde contenu dans les représentations du monde.

171 Kultur im Sinne von Vorstellungswelten - in Form von Sinn-, Deutungs-, Wert-, Norm- und Erfahrungsmustern Matthias T. Vogt; Erik Fritzsche; Christoph Meißelbach, *Ankommen in der deutschen Lebenswelt. op. cit.*, p. 119.

172 Dictionnaire de l'académie française 1re éd., tome 2, p. 75. De l'italien de modello.

173 Ibid.
Nous retrouvons dans le mot modèle la racine latine « modus » qui est aussi présente dans accommodation et qui peut signifier entre autres la bonne conduite. Ceci peut être corrélé avec une des définitions du Larousse de modeler : « Régler quelque chose, son action, les conformer par rapport à un modèle ». *Le Larousse de poche. op. cit.*

174 *Ibid.*

Il simplifie cette idée par l'expression « être soi chez l'autre »[175]. Pour autant, faut-il d'abord qu'il existe des lieux communs dans le monde subjectif de l'autre, où il serait possible de se sentir « chez soi ». Ces endroits « partagés », nous l'avons vu plus haut, ce sont les représentations du monde. Finalement, l'idée de pouvoir-modelage c'est de chercher à étendre ces lieux communs chez l'autre. Le danger réside dans l'absence progressive d'endroits de repli où l'autre ne serait jamais « seul chez lui ». Han Byung-Chul nomme ces dispositifs du pouvoir comme une forme de *dictature de la transparence*[176]. Les limites de l'accommodation seraient donc *qu'un autre soit chez moi véritablement partout comme chez lui* et vice-versa.

Nous voyons ici que le « modelage des représentations du monde » est lié essentiellement à des rapports de pouvoir. La notion de représentations du monde peut faire penser aux « champs de savoir » décrits par Michel Foucault. Ce sont ces lieux de savoir commun où se retrouvent par exemple maitres et élèves : pour les uns il s'agit du savoir à transmettre, pour les autres les connaissances à emmagasiner. Un des mécanismes de cette transmission est l'examen. Il permet au maitre de s'assurer l'appropriation de son savoir par les élèves[177]. Analogue aux représentations du monde, ce savoir « forme » en retour les *élèves* (du verbe « élever »). Le terme d'instruction contient aussi l'idée de « mettre dedans », d'« encastrer », de « construire », de « dresser »[178] : bref, tout le lexique du modelage (qui n'est certes pas aussi physique que chez le soldat ou chez Pinocchio, mais la métaphore est tout aussi présente). De manière anecdotique mais toujours dans le sujet, un enfant qui a bien retenu ses leçons est appelé un « élève modèle » : un camarade à imiter, mais aussi un enfant « modelé » par le savoir du maitre. C'est ainsi qu'un sujet est « construit »[179].

Dans son ouvrage Surveiller et punir, Foucault dénote deux autres mécanismes de « modelage » dans les régimes disciplinaires combinés avec l'examen : la surveillance hiérarchique et la sanction normalisatrice[180]. Cependant la plupart des autorités qui faisaient fonctionner ce système disciplinaire sont en crise de nos jours, et l'étaient déjà à l'époque de Michel Foucault[181]. Pour lui, les sociétés occidentales sont passées d'un régime qui favorisait l'uniformité à une ère néolibérale qui souhaite optimiser les

---

175 Byung-Chul Han, *Was ist Macht ? op. cit.*

176 Byung-Chul Han, *Psychopolitik. Neoliberalismus und die neuen Machttechniken*, Frankfurt am Main, S. Fischer, 2014.

177 Michel Foucault, *Surveiller et punir. op. cit.*, p. 188.

178 Du latin *in,* dans, et *struo* bâtir, arranger, dresser. Félix Gaffiot; Pierre Flobert, *Le grand Gaffiot. op. cit.*, p. 834 La construction indo-européenne *strew- renvoie à l'idée de semer et donc de propagande. Julius Pokorny, *Indogermanisches etymologisches Wörterbuch. op. cit.*

179 Cette construction du sujet se retrouve dans la notion de subjectivation. Cette assimilation du champ de connaissance va « aboutir à une modification plus ou moins considérable dans le sujet connaissant. » Margus Vihalem, *Qu'est-ce qu'une subjectivation ? op. cit.*, p. 91.

180 Michel Foucault, *Surveiller et punir. op. cit.*, p. 172–197.

181 Michel Foucault, *Analytik der Macht. op. cit.*, p. 142–147.

différences[182]. C'est pourquoi les institutions disciplinaires sont devenus obsolètes. En revanche l'idée de modelage a toujours sa place. Il est plus distant : ce n'est ni la main qui dresse, ni le regard hiérarchique qui normalise, mais la diffusion efficiente des modèles à appliquer « soi-même »[183]. Le principe reste le même : « encastrer » des modèles chez le sujet, modifier les représentations du monde déjà existantes par de nouvelles, modeler le sujet pour qu'il pense et agisse en fonction de ces dernières.

Il n'est donc pas anodin de parler de « modelage de représentations du monde ». Ce schéma comporte effectivement des chances, comme le fait de créer des lieux communs de représentations où l'on peut se comprendre mutuellement, mais des dangers lorsque le modelage est exercé à sens unique. Reste maintenant à savoir d'où viennent ces modèles capables de modifier le sujet et comment peuvent-ils être diffusés de manière efficiente et réciproque. Selon Matthias Theodor Vogt : « Les représentations du monde sont produites ou modifiées par la création artistique »[184]. C'est le poète qui donne une nouvelle signification aux mots, le peintre qui donne un autre regard à un objet, le cinéaste qui offre des réactions humaines possibles à une situation donnée. C'est donc vers les principaux producteurs de représentations de monde qui nous devons focaliser notre attention maintenant : la classe créative.

3.3. Classe créative et Intelligentsia

La source des représentations du monde serait donc l'art. Toutefois, il n'est que le noyau de toute la sphère de la créativité[185]. Cette dernière comprend presque toute la production et la majeure partie de la diffusion des représentations du monde et d'images dans les sociétés occidentales. Selon Richard Florida, c'est toute une classe créative qui travaille dans ce domaine. Elle se compose de « travailleurs dans les branches du savoir, de l'éducation, de la culture, de l'art et de la gestion des affaires »[186]. En tant que principal producteur et diffuseur d'images, elle influence les représentations du monde de la société tout entière. Dans ce sous-chapitre nous abordons la notion de *classe créative* en trois questions : Qu'est-ce que la créativité ?

---

182 Frédéric Gros, *Michel Foucault*, Paris (6, avenue Reille 75685), Presses universitaires de France, 2017, p. 88.

183 „Die Machttechnik des neoliberalen Regimes nimmt eine subtile Form an. Es bemächtigt sich nicht direkt des Individuums. Vielmehr sorgt es dafür, dass das Individuum von sich aus auf sich selbst so einwirkt, dass es den Herrschaftszusammenhang in sich abbildet, wobei es ihn als Freiheit interpretiert." Byung-Chul Han, *Psychopolitik*. *op. cit.*
Pour revenir au terme de propagande : Les concurrents du savoir institutionalisé, sous contrôle directement ou indirectement de l'État, mais plutôt les plateformes ayant la capacité de diffuser un savoir « alternatif ».

184 Vorstellungswelten werden insbesondere durch künstlerische Fassung produziert oder verändert. Matthias T. Vogt, et al., *Stärkung der Resilienz in Mittelstädten*. *op. cit.*, p. 4.

185 Steering Committee for Culture, Heritage And Landscape, *Presentation of the Cultural Policy Review of the Russian Federation*, Strasbourg, 2013, p. 49.

186 Richard L. Florida, *The rise of the creative class*. *op. cit.*, p. 8.

Existe-il une classe créative ? Existe-t-il une classe créative spécifique à la Russie et quel serait son rapport à la notion d'Intelligentsia ?

3.3.1. Qu'est-ce que la créativité ?

Avant de parler de la « classe créative », peut être devons-nous mieux comprendre ce qu'est la *créativité,* ou plutôt ce qu'est une personne créative. Dans la République de Platon, la créativité est désignée sous le terme de poésie[187]. Si le philosophe utilise le mot poésie comme synonyme de créativité c'est que ce dernier vient du grec ancien ποιησις (poiesis) qui signifiant fabriquer (pour un ouvrage manuel), faire naitre (que ce soit un enfant, des plantes ou une « pensée dans l'âme », agir (c'est à dire être la cause d'un effet) ainsi que composer des poèmes[188]. Ποιησις peut être traduit en latin par *creatio*[189], dont la racine *creo* signifie à peu de chose près la même chose que ποιέω (poieo)[190]. La racine indo-européenne de *creo* nous amène au sens de « croitre, augmenter »[191]. Une explication scientifique de la création de l'univers est celle du « Big Bang ». Il nous est encore très difficile de connaitre l'origine du « Bang » et l'état de l'univers avant ce dernier. Depuis l'univers est en expansion[192].

Le « Bang » peut être comparé de manière imagée à l'effet « Eureka » présenté par Mihály Csíkszentmihályi : une idée peut jaillir de notre esprit, puis elle se développe, se complexifie et se diversifie[193]. Toutefois, la créativité ne nait pas de « rien »[194]. Il existe tout d'abord une phase d'immersion, durant laquelle un ensemble de problématiques suscite notre curiosité consciemment ou inconsciemment. Il arrive ensuite une phase d'incubation, pendant laquelle des connexions inhabituelles entre des idées (qui peuvent-être entendues en tant que *représentations du monde*) sont susceptibles d'être établies. C'est alors que peut se produire l'effet « Eureka » : il s'agit finalement de l'imbrication de différentes représentations du monde. Arrive ensuite une phase d'évaluation : le créateur décide de poursuivre ou non l'idée qu'il vient de trouver. Vient enfin la phase d'élaboration, où il développe et réalise son œuvre[195].

---

187 Avec son exemple du peintre Platon, par son protagoniste Socrate, ne parle pas que de poésie au sens strict du terme. Il désigne en effet tous ceux qui réalisent des « images de la vérité ». Ainsi, à l'exception d'une certaine forme *ministérielle* que nous verrons plus tard, Platon affirme que la créativité doit être bannie de la cité. Platon, *Platons Werke. Dritter Theil. Der Staat*, Berlin, 1828, 1. éd. c. 380 v. Chr., Buch X 598 – 606 C'est ce qu'on pourrait appeler ici les *créatifs*.

188 Anatole Bailly, *Dictionnaire Grec ancien - Français. op. cit.*, p. 1882–1883.

189 Plato; Friedrich Ast, *Politiae lib. IX-X., Timaeum Et Critiam Continens*, Weidmann, p. 57.

190 Félix Gaffiot; Pierre Flobert, *Le grand Gaffiot. op. cit.*, p. 441.

191 Julius Pokorny, *Indogermanisches etymologisches Wörterbuch. op. cit.*

192 Stephen Hawking, *Kurze Geschichte der Zeit. op. cit.*

193 Mihály Csíkszentmihályi, *Creativity. Flow and the psychology of discovery and invention*, New York, Harper Perennial, 1997, chapitre 4 : "the Work of Creativity".

194 Pour le poète Lucrèce la *création ex nihilo* est impossible : *nil posse creari de nilo* (rien n'est créé à partir de rien) Titus.Lucretius Carus (Lucrèce), mort en 55 av. J.-C. : De rerum natura [éd. Munro, 1886 ; Ernout, Coll. Budé]. Cité dans Félix Gaffiot; Pierre Flobert, *Le grand Gaffiot. op. cit.*, p. 441.

195 Mihály Csíkszentmihályi, *Creativity. op. cit.*, chapitre 4 : "the Work of Creativity".

Cependant, du point de vue du récepteur de l'œuvre, la créativité prend effectivement la forme d'une création *ex nihilo*. En arménien, le poète se dit « Բանաստեղծ » (banasteghts) : c'est celui qui crée quelque chose à partir de rien[196]. Face à définition qui mettrait le poète à l'égal d'un dieu, d'un créateur *ex nihilo*, il nous resterait encore à savoir ce qu'est le « rien » avant la création. Selon les récits de l'Ancien Testament, le rien c'est l'état de chaos, ce sont les ténèbres avant que les premiers mots de Dieu fussent prononcés : « Que la lumière soit »[197]. Aussi, avant que le poète ne déclame, ses auditeurs (ou lecteurs) n'ont-ils pas encore accès au monde qu'il va leur présenter. Ce dernier est toujours plongé dans des ténèbres, dans le « rien ». Par ses mots, le poète apporte « la lumière » et tout un monde formé d'images commence à apparaitre[198]. Ainsi, par son acte déclamatoire, le poète établit une intersection entre son monde subjectif et le monde des auditeurs et crée ainsi un *lieu commun*. En effet, cette notion décrit « cette sorte d'autoconfiguration ponctuelle de la culture : un lieu consensuel, une communauté de sens, où l'on se retrouve et s'y retrouve »[199].

La créativité c'est donc la possibilité de créer de nouvelles intersections, parfois inattendues, entre différentes représentations du monde que ce soit au moment de la réalisation de l'œuvre[200], comme au moment de sa transmission : un lieu commun se révèle alors chez chaque récepteur de l'œuvre.

3.3.2. Existe-il une classe créative ?

Il existerait donc des personnes créatives, plus à même de créer de nouvelles intersections entre différentes représentations du monde. Cette qualité qui leur est attribuée est certes indéniablement liée à des talents individuels, mais elle tient surtout à la possibilité que ces personnes ont d'« incuber » différentes représentations et de réaliser leurs idées.

C'est ainsi qu'il peut faire sens de parler de « classe créative ». Selon Richard Florida, l'auteur de cette notion, elle est composée de ceux, dont « la créativité

---

196 Բան (ban) signifie quelque chose. Ստեղծանիմ (Steghstanim) vient du vieil arménien et est composé de ստեղծել (steghtsel) – créer, poser ainsi que de Ան (an) qui dénote une absence.

197 « Au commencement, Dieu créa les cieux et la terre. La terre était informe et vide : il y avait des ténèbres à la surface de l'abîme, et l'esprit de Dieu se mouvait au-dessus des eaux. Dieu dit : 'Que la lumière soit !' Et la lumière fut »Louis Segond, *Sainte Bible. op. cit.*

198 L'idée d' « éclairicie de l'être » par l'œuvre d'art se retrouve aussi chez Martin Heidegger dans « Der Ursprung des Kunstwerkes» (1935/36) Martin Heidegger, *Gesamtausgabe. Band 5*, Frankfurt am Main, Vittorio Klostermann, 1977, p. 1–74.

199 Jocelyne Dakhlia, *La « culture nébuleuse » ou l'Islam à l'épreuve de la comparaison* in « Annales. Histoire, Sciences Sociales » n°6, 56 / 2001 Cité dans Laurent Thévenot, *« Des Liens du Proche aux Lieux du Public »* in « Revue d'études comparatives Est-Ouest » n°3, 48 / 2017 Qui précise qu'elle cite elle-même Bernard Lepetit.

200 C'est aussi ce que suggère Arthur Koestler : "He calls it 'biscociative' thinking – a word he coined to distinguish the various routine of associative thinking from the creative which connect previously unconnected frames of reference and makes us experience reality on several planes at once." Arthur Koestler, *The act of creation*, London, Hutchinson & co, 1964, introduction.

représente un facteur clé dans leur travail »[201] et qui « sont payés pour utiliser leur esprit »[202]. Il s'agit pour lui d'une classe économique qui n'est toutefois pas formée par un groupe homogène et cohérent[203]. Les créatifs n'ont effectivement pas (encore) conscience qu'ils forment une classe[204].

La classe créative est elle-même divisée en deux groupes selon Florida : il existe tout d'abord un « noyau supercréatif », composé de personnes capables « créer de nouvelles formes porteuses de sens »[205] utile à la société[206] :

> « Les scientifiques et les ingénieurs, les professeurs d'université, les poètes et les romanciers, les artistes, les comédiens, les designers et les architectes, ainsi que les leaders d'opinion de la société moderne : écrivains, éditeurs, personnalités culturelles, chercheurs de groupes de réflexion, analystes et autres faiseurs d'opinion. »[207]

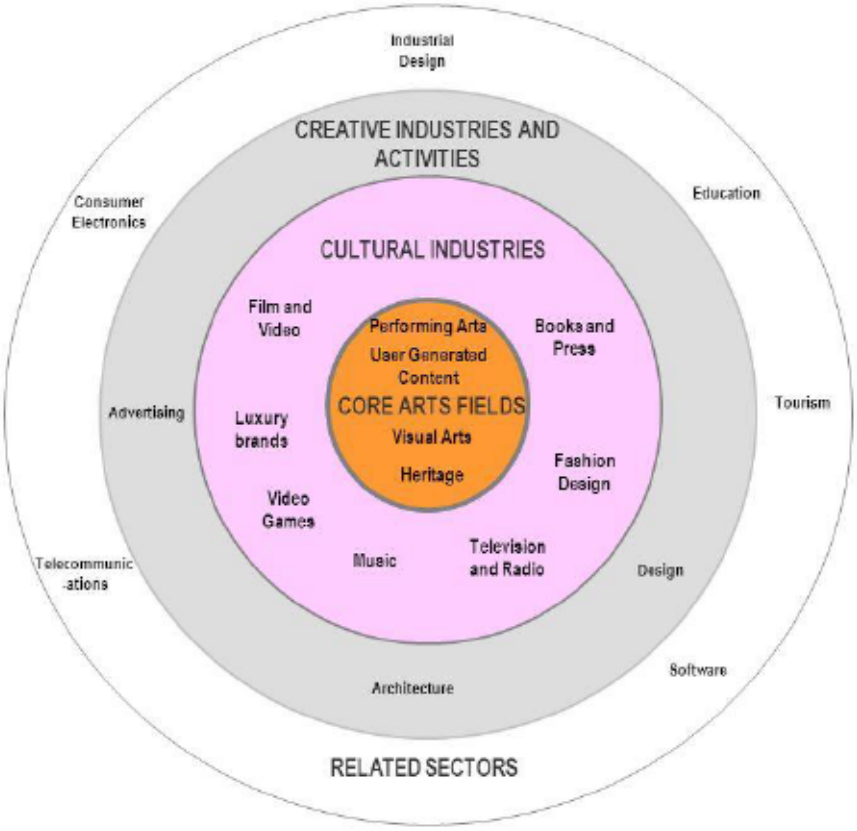
Gravite autour de ce noyau un groupe plus large de « professionnels de la créativité » dans les secteurs du business, de la finance, du droit, de la santé et des domaines associés.

Une vision plus détaillée et plus opérationnelle de la classe créative a été réalisée par KEA European Affairs : elle y met le noyau artistique au centre (Arts de la scène, arts visuels, héritage culturel etc.), viennent ensuite les industries culturelles (audiovisuel, jeux vidéo, musique, livres etc.), puis les industries et activités créatives (publicité, architecture, design etc.) et enfin les secteurs associés (programmation, tourisme, éducation, design industriel etc.)[208].

---

201 Richard L. Florida, *The rise of the creative class. op. cit.*, p. xxi.
202 *Ibid.*, p. 9.
203 *Ibid.*, p. 42.
204 *Ibid.*, p. xxiv.
205 Richard L. Florida, *Cities and the creative class*, New York (N.Y.), London, Routledge, 2005, p. 34.
206 « Members of this super-creative core produce new forms or designs that are readily transferable and broadly useful—such as designing a product that can be widely made, sold, and used, coming up with a theorem or strategy that can be applied in many cases, or composing music that can be performed again and again. » *Ibid.*, p. 34.
207 *Ibid.*, p. 34.
208 Schéma proposé par KEA European Affairs dans Steering Committee for Culture, Heritage And Landscape, *Presentation of the Cultural Policy Review of the Russian Federation. op. cit.*, p. 49.

Figure 2 Sphères de la classe créative



La classe créative dans son ensemble peut être confondue avec les secteurs de la connaissance. Selon Florida, la connaissance et l'information ne sont en effet que les outils et les matériaux de la créativité[209]. Cette classe est en mesure de définir les normes de la société[210], en produisant notamment des « champs de savoir », selon la conception foucaldienne[211].

Richard Florida admet que la créativité existe aussi en dehors de la classe créative[212]. Selon lui tout le monde est invité à devenir créatif[213]. Il ne s'agit toutefois pas uniquement de compétences individuelles, il existe des environnements favorisant la création de « nouvelles formes ». Il est nécessaire de travailleur dans une structure peu bureaucratique[214], encourageant la diversité et l'ouverture d'esprit[215]. Nous voyons ainsi que cette classe créative devrait se sentir à l'aise dans les grands centres urbains

209 Richard L. Florida, *The rise of the creative class. op. cit.*, p. 30.
210 Richard Florida utilise le terme de « Norm-setting class » *Ibid.*, p. 10.
211 Voir plus haut Margus Vihalem, *Qu'est-ce qu'une subjectivation ? op. cit.*, p. 91.
212 Richard L. Florida, *The rise of the creative class. op. cit.*, p. 10.
213 *Ibid.*, p. 387.
214 *Ibid.*, p. 25–29.
215 *Ibid.*, p. 57–59.

des sociétés occidentales néolibérales et postindustrielles. Selon Florida, c'est d'ailleurs à partir des années 80 que la classe créative a commencé son envolée[216].

Pourtant certaines fractions de la classe créative ne semblent pas faire partie des « gagnants » de cette vague néolibérale. Pour Scott Timberg la « classe moyenne de la classe créative » a souffert de la crise économique de 2009 et de la montée en puissance d'internet[217] :

> « Pour ceux qui s'occupent des idées, de la culture et de la créativité au niveau de la rue – les classes ouvrières ou moyennes de la classe créative – les choses sont moins réjouissantes. Éditeurs de livres, journalistes, employés de vidéoclubs, musiciens, romanciers non titularisés, ils font partie des nombreux groupes qui se débattent dans la morne combinaison du marasme économique et de la réinitialisation d'Internet. La classe créative est en train de fondre, et l'histoire est largement méconnue. » [218]

Pour Walter Grünzweig, la classe créative définie par Richard Florida n'est qu'un simulacre de la créativité. Le noyau artistique est parasité par une industrie soi-disant « créative » qui gravite autour à des fins économiques [219]. L'économie néolibérale serait donc un frein, et non un catalyseur, à la créativité. Enfin, c'est la notion de classe elle-même qui peut faire l'objet de critique :

> « Le statut de classe qui est donné à cette population semble exagéré. Parler de sociostyle (bobos par exemple – Brooks, 2002) semble plus prudent pour comprendre ce groupe de population qui manque de cohérence et n'a finalement de commun que des choix de consommation. On retombe dès lors dans une logique marketing. A. Bourdin [(*Urbanisme*, 2005, p.54)] précise que 'ces erreurs sont autant de bons coups publicitaires : le développement économique serait dépendant d'un acteur urbain cohérent et fascinant puisqu'il associe les activités les plus sérieuses et la marginalité, la culture et la ville ludique. De quoi faire rêver. Malheureusement, le dialogue entre chercheurs et décideurs repose trop souvent sur ce type de théories' » [220]

3.3.3. L'intelligentsia comme classe créative spécifique à la Russie ?

Richard Florida présente une notion qui épouse le fonctionnement des sociétés occidentales ou plutôt de la société américaine. Qu'en est-il de la Russie ? Il serait possible de considérer la classe créative de la Russie postsoviétique comme héritière de l'*intelligentsia russe et soviétique*. Richard Pipes note que, dans son sens large, il

---

216 Richard L. Florida, *The rise of the creative class. op. cit.*, p. 31.

217 Scott Timberg, *Culture crash. The killing of the creative class*, New Haven, Yale University Press, 2015.

218 « For those who deal with ideas, culture and creativity at street level— the working- or middle-classes within the creative class—things are less cheery. Book editors, journalists, video store clerks, musicians, novelists without tenure—they're among the many groups struggling through the dreary combination of economic slump and Internet reset. The creative class is melting, and the story is largely Untold » Scott Timberg, *The Creative Class is a Lie* in « Salon » cité dans Richard L. Florida, *The rise of the creative class. op. cit.*, p. 53.

219 Walter Grünzweig, *Parasitic Simulacrum. Ralph Waldo Emerson, Richard Florida, and the Urban 'Creative Class'* in Sattler, Julia. (éd.), *Urban transformations in the U.S.A. Spaces, communities, representations*.

220 Charles-Edouard Houllier-Guibert, *De villes en métropoles. La 'classe créative' en débat*, 2010.

s'agit d'une couche sociale formée de personnes éduquées et a une signification proche de « notables » avant la révolution d'octobre ou de « col blanc » en Union Soviétique[221]. Dans son sens restreint, l'intelligentsia est une notion chargée d'histoire qui considère ses membres au « service du peuple » : il ne suffit pas d'être bien éduqué ou de travailler dans certains secteurs professionnels pour en faire partie[222]. Richard Pipes ajoute que l'intelligentsia dans son sens restreint est convaincue qu'il existe une discrépance entre le pouvoir politique et économique d'un côté et l'opinion publique qu'elle représente (ou croit représenter) de l'autre. Ainsi l'intelligentsia (dans son sens restreint) se retrouverait bien souvent dans le camp de la dissidence[223] et accuserait tout travail intellectuel plus ou moins affilié avec l'État de pseudo-discours intellectuel[224].

C'est plutôt dans un sens intermédiaire que la notion d'intelligentsia se rapproche de celle de classe créative : une de ses fonctions est « de produire et véhiculer des valeurs et des idéaux sociaux», elle en avait le quasi-monopole jusqu'à la chute de l'URSS selon Viktor Mart'janov[225]. Toutefois l'auteur pointe du doigt que la notion d'intelligentsia en tant que classe sociale doit être remise en question dans la Russie postsoviétique : face à l'hétérogénéité d'un tel groupe virtuellement parlant, qu'est-ce qui lierait ses membres entre-eux ?[226] D'ailleurs peu de personnes se perçoivent encore comme faisant partie de l'*intelligentsia,* même parmi les activistes :

> « Il fallait bien les nommer et je comprends le terme de 'nouvelle Intelligentsia' comme une variante de la 'classe créative'. Il est délicat de me situer dans ce contexte, les mots semblent être trop chargés de signification. Je me qualifierais moi-même et mes semblables d'activistes. »[227]

Si les artistes et les intellectuels sont toujours appelés à faire figure d'autorité morale et jouer un rôle pour la cohésion sociale de la société de la Russie postsoviétique[228], la notion d'*intelligentsia* reste un terme historique quelque peu dépassé pour possiblement décrire la classe créative russe actuelle. Elle apporte toutefois une nuance à la notion en termes d'attentes morales vis-à-vis des travailleurs dans les secteurs de

---

221 Richard Pipes, *Russia under the old regime*, New York, Scribner, 1974, p. 51–52.
222 *Ibid.*, p. 53.
223 *Ibid.*, p. 53.
224 Quintin Barnes, *Today's Russian Intelligentsia. A New Role in the Post-Soviet Political Order* in « Elements » n°2, 5 / 2015.
225 Виктор Мартьянов, *Постсоветская Россия. Социально-теоретические размышления* in Куренной, Виталий А. (éd.), *История и теория интеллигенции и интеллектуалов*, p. 72.
226 *Ibid.*
227 Traduit du russe par l'auteur : « Их нужно было как-то назвать, и я так понимаю, что «новая интеллигенция» — это одна из вариаций «креативного класса». Мне неловко вписывать себя в этот контекст, слишком громкими кажутся слова. я бы назвала себя и таких, как я, активистами » Игорь В. Сибиряков, *Новая российская интеллигенция. проблемы самоидентификации* in « Вестник Южно-Уральского государственного университета » n°Т. 13, № 1 2013.
228 Виктор Мартьянов, *Постсоветская Россия. op. cit.*, p. 94.

la culture et de la création. Un poids peut-être trop lourd à porter dans des secteurs parfois sous-financés et qui dépendent principalement de fonds publics[229].

3.4. DIALOGUE INTERCULTUREL

L'introduction des notions *d'appropriation culturelle*, de *représentations du monde* et de *classe créative* ont permis de s'affranchir de certaines limites du soft power et de l'approche d'accommodation historique. L'appropriation culturelle déplace la focale non plus sur l'agent, ni sur le sujet mais sur l'interaction entre eux au sein de « rituels ». Ce corpus de théories reste toutefois faussement aveugle aux rapports de force entre groupes sociaux lors de la création de lieux communs. Cette problématique a été introduite par la notion de représentations du monde. Les principaux créateurs de ces lieux communs sont les membres de la classe créative. C'est essentiellement sur cette fonction qu'il convient ici de définir cette notion aux contours assez flous. Une rencontre entre des créateurs de différents pays au sein de « rituels » permettrait donc la création de lieux communs entre ces derniers.

Les questions de l'intentionnalité de l'approche d'accommodation et de la réciprocité des échanges au sein des rituels n'est en revanche pas complètement réglée. Ceci renvoie aux limites éthiques du soft power et de l'approche d'accommodation historique qui n'ont été que brièvement évoquées jusqu'ici. Notre étude porte ainsi sur la notion d'un dialogue symétrique dans un contexte transnational[230]. Il nous faut nous pencher sur les termes de dialogue, d'interculturalité et de transculturalité. Enfin, nous abordons les « rituels » en tant qu'évènements culturels. C'est dans ces derniers que peuvent se réaliser des échanges culturels réciproques.

3.4.1. La notion de dialogue

Pour qu'un dialogue puisse exister il est nécessaire d'avoir au moins deux parties. C'est ce à quoi fait référence dia-, qui vient du grec ancien « διά » et marque l'idée de séparation en deux[231], voire d'opposition (δια-φορα – diaphora)[232]. Dia- signifie aussi « entre », « à travers » : il existe donc un interstice, un point de contact entre les deux parties[233]. La particule -logue (λέγω – lego) signifie « parole »[234] et donc, de manière plus large, le discours, la narration. Le dialogue est donc le point de contact entre deux mondes de signification[235] et leurs multiples représentations du monde.

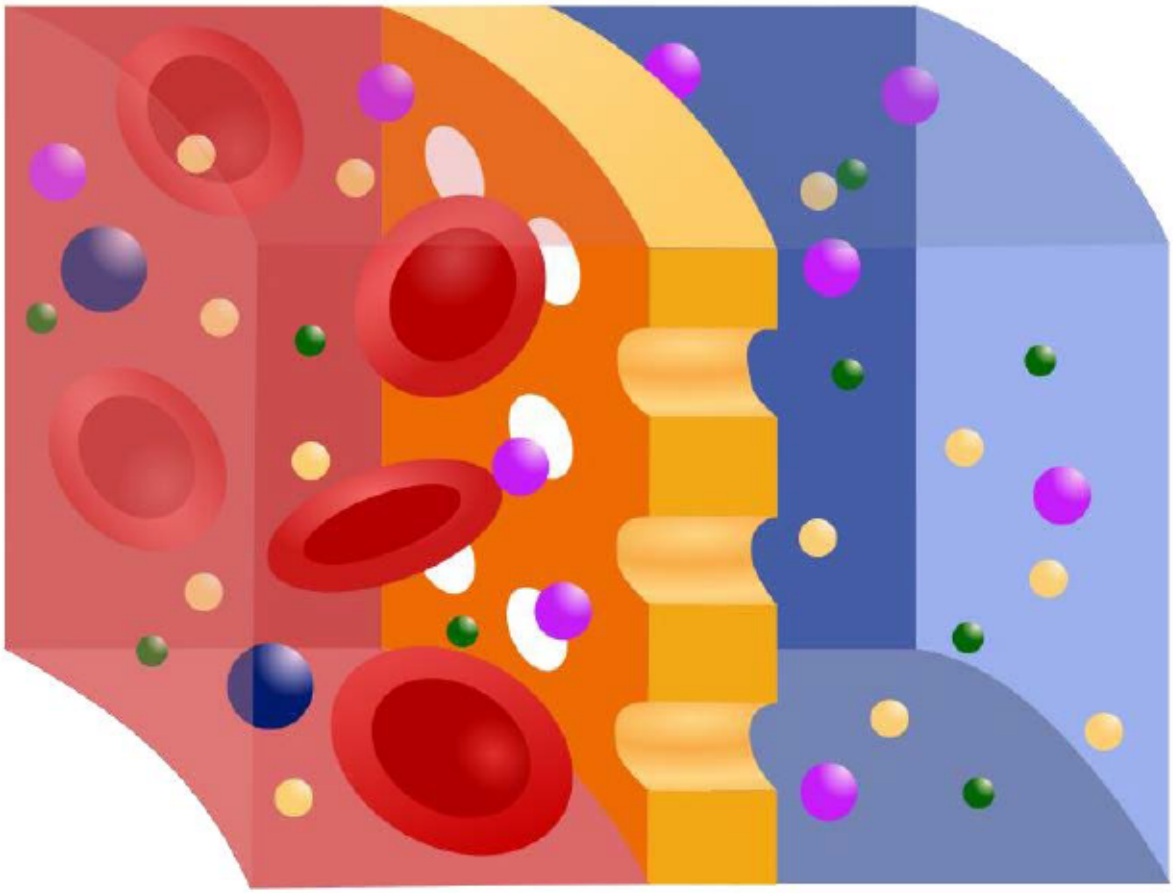
Ce contact peut être *semiperméable*. Cette métaphore issue de la biologie signifie que certains éléments de la culture d'une des parties du dialogue pénètrent chez l'autre

---

229 Voir II. 4.3.3.
230 Sigrid Weigel, *Transnationale Auswärtige Kulturpolitik – Jenseits der Nationalkultur. op. cit.*
231 Anatole Bailly, *Dictionnaire Grec ancien - Français. op. cit.*, δια - A et C.
232 Persus, *Plato, Republic. book 10*, 607a (version en grec ancien)
233 Anatole Bailly, *Dictionnaire Grec ancien - Français. op. cit.*, δια - B.
234 *Ibid.*, λέγω.
235 *Ibid.*, λέγω - IV.

sans que l'inverse ne soit possible[236]. Ceci s'apparente aux mécanismes d'assimilation que nous avons vu plus haut.

Figure 3 une membrane semiperméable



Ce mode de dialogue n'est ni souhaitable pour l'approche d'accommodation développée ici, ni réalisable dans la pratique. Il existe en effet toujours un *feedback* lors d'un dialogue. Ce concept provient de la théorie de la communication/l'information[237] de Norbert Wiener et permet notamment à Claude Shannon de sortir de son premier modèle linéaire entre un émetteur et un destinataire à travers un canal de communication[238]. Le destinataire envoie en effet toujours un feedback à l'émetteur de quelque nature qu'il soit. Il pénètre aussi le monde subjectif de l'émetteur. Sans feedback, le dialogue n'est qu'un monologue sans destinataire.

Un dialogue dans lequel une des parties ne fait que hocher la tête n'est pas non plus une solution. Nous avons vu plus haut que la créativité est stimulée par la mise en contact de différentes représentations du monde. Il ne s'agit donc pas seulement d'une

---

[236] Évoqué plus en détails dans Adrien Houguet, *The Intercultural Shaping of Intelligentsia's representations of the world*. *op. cit.*, p. 36.

[237] Même si ce modèle est compris dans les théories de la communication, on parle plutôt de théories de l'information lors de la création de ce modèle (1948). Richard L. Lanigan, *Information theories* in Cobley, Paul; Schulz, Peter (éd.), *Theories and models of communication*, p. 59.

[238] *Ibid.*, p. 66–67.

question d'éthique mais d'une condition pour l'originalité de la création. L'idée derrière un *dialogue interculturel* est ainsi de tendre vers des échanges réciproques. Seuls ces derniers peuvent amener à une création « hybride » et originale par le dialogue[239]. À partir de documents de L'UNESCO et du Conseil de l'Europe le dialogue interculturel peut être défini de la manière suivante :

> « Le dialogue interculturel est un échange de vues ouvert et respectueux entre des individus et des groupes appartenant à des cultures différentes, qui permet de mieux comprendre la perception du monde propre à chacun et de construire l'espace commun »[240].

3.4.2. Le principe d'interculturalité

Pour comprendre le principe d'interculturalité, il faut revenir sur la notion de culture. Dans cette thèse nous avons esquissé deux définitions en apparence contradictoires. Au niveau international les cultures sont des groupes larges d'individus qui s'affirment politiquement au sein de la civilisation humaine. Dans les interactions humaines, la culture est un équivalent de représentations du monde : c'est elle qui lie les mondes individuels entre eux.

Dans le premier cas de figure, les cultures peuvent nous laisser penser qu'elles sont des « sphères » homogènes avec un centre de gravité qui leur est propre, tout en se distinguant des autres cultures. Elles se confondent bien souvent avec l'idée de nation. Il s'agit ici de la définition de la culture selon le philosophe allemand Johann Gottfried von Herder[241]. Le monde est ainsi multiculturel et le dialogue interculturel se résume avant tout à un dialogue entre États ou nations (à la rigueur avec des minorités ethniques) : le dialogue franco-russe, le dialogue germano-russe, etc.

Un seul coup d'œil sur la complexité des sociétés d'hier et d'aujourd'hui suffit pour réfuter l'idée de cultures nationales homogènes et statiques. Sigrid Weigel nous invite à penser le dialogue interculturel en termes de *transnationalité* : les processus d'homogénéisation et d'hybridation culturelle dépassent effectivement le cadre national[242]. Matthias Theodor Vogt reprend quelque peu la conception d'Ernest Renan et affirme qu'une nation est une « convention interpersonnelle »[243]. Il s'agit d'une idée-force qui traverse les différents mondes individuels. Elle s'y impose et lie les individus

---

239 Heinz Antor, *Interculturality or Transculturality?* in Rings, Guido; Rasinger, Sebastian M. (éd.), *The Cambridge handbook of intercultural communication*, p. 72–75.

240 Ce condensé a été établi par Sélim El-Sayegh et Racha Omeyri dans le MOOC « les compétences pour le dialogue interculturel » https://lms.fun-mooc.fr/courses/course-v1:LaSagesse+152001+session04/info. Il se base sur les documents du Conseil de l'Europe, *Livre blanc sur le dialogue interculturel. Vivre ensemble dans l'égale dignité*, Strasbourg, 2008 et de l' UNESCO, *Compétences interculturelles. Cadre conceptuel et opérationnel*, Paris, 2013.

241 Résumé dans Heinz Antor, *Interculturality or Transculturality? op. cit.*, p. 69.

242 Sigrid Weigel, *Transnationale Auswärtige Kulturpolitik – Jenseits der Nationalkultur. op. cit.*, p. 61.

243 Matthias T. Vogt, *Interkulturalität als systemische Herausforderung für Europas Nationalstaaten* in « Europäisches Journal für Minderheitenfragen » n°1-2, 11 / 2018.

dans un « nous » collectif par des représentations du monde communes. Ce « nous » tente par la suite de s'affirmer parmi les autres « nous » qui sont nommés « eux »[244]. C'est ainsi que la première définition de la culture dans cette thèse peut rejoindre la seconde. Cette dynamique culturelle ne s'applique naturellement pas seulement aux nations mais aux groupes sociaux en général[245].

Or, les différents « nous » peuvent être renégociés : certaines représentations du monde peuvent faire l'objet d'hybridation, de transformation, de métissage. Cette plus-value qui peut ressortir d'un dialogue interculturel est nommée *transculturalité*[246]. Toutefois la critique transnationale doit nous faire revoir l'échelle du dialogue et du produit *transculturel*. Il semble que celui-ci doit avoir lieu entre les « micro-mondes » des individus, dans lesquels les cultures étrangères ne sont plus aussi lointaines et dans lesquels ils ont déjà adopté des références venues d'identités multiples[247].

Ainsi, la base du dialogue repose sur des compétences interculturelles au niveau individuel. Il s'agit finalement d'attitudes particulières que les individues doivent adopter pour s'ouvrir à l'autre et dégager une plus-value de leurs échanges. Milton Bennet parle de *sensibilité interculturelle*. Il présente dans un modèle en six étapes comment un individu peut passer d'une vision ethnocentrique de sa culture à une position plutôt relativiste concernant ses représentations du monde :

1. Dans la première phase ethnocentrique, nommée « déni », l'individu pense qu'il n'existe qu'une seule vraie culture, la sienne. Les autres façons de vivre et de penser sont déficitaires et méritent d'être éliminées, au mieux, corrigées.
2. Dans la seconde phase ethnocentrique, appelée « défense », l'individu perçoit les différences culturelles, cependant les autres cultures sont dénigrées au profit de la sienne qui apparait comme la plus évoluée.
3. Dans la troisième phase ethnocentrique l'individu « minimalise » les différences culturelles et met en avant les similarités de la race humaine. La culture est regardée comme quelque chose de superficiel qui n'affecte pas les rapports sociaux.

Viennent ensuite les phases ethnorelativistes :

---

244 M. T. Vogt parle notamment de « funktional notwendige Andere » *Ibid.*

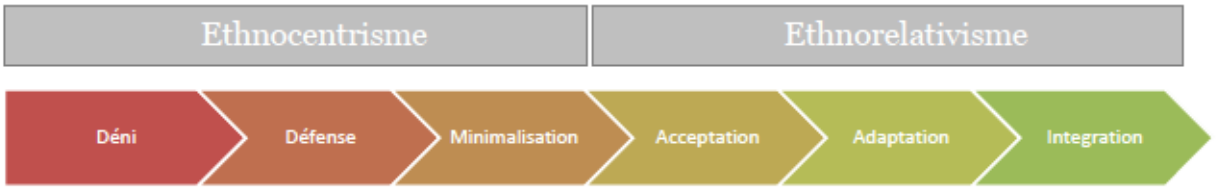
245 Heinz Antor, *Interculturality or Transculturality? op. cit.*, p. 70.

246 « Transcultural forms of life are characterized by internal heterogeneity and a renegotiation of the diverse elements that constitute them and keep them in constant flux, both internally and with regard to other such transcultural formations, with internal and external being hard to distinguish. »

247 The indeterminacy of 'intercultural' experiences and the challenges associated with their high degree of processuality are no longer a matter of distant, exterritorialized 'foreign cultures'. These experiences are now (also due to technologies that have made the world smaller) much closer to people's micro-worlds hic et nunc. Jürgen Bolten, *Rethinking Intercultural Competence. op. cit.*, p. 64.

4. L' « acceptation » des différences culturelles en tant que traits profonds et légitimes de la personnalité. En revanche l'individu n'en adopte pas les comportements ou les façons de penser.
5. Durant l'étape d'« adaptation », un individu peut changer son comportement et élargir ses représentations du monde pour s'adapter à des normes culturelles différentes. Toutefois il n'abandonne pas sa culture d'origine, il intègre seulement des aspects de l'autre culture : il ne s'agit pas d'une assimilation.
6. Dans la dernière étape d' « intégration », l'individu est à l'aise dans différentes cultures, il s'y sent chez lui et peut passer de l'une à l'autre[248].

Figure 4 Modèle de de développement de la sensibilité interculturelle selon Milton Bennett



Ainsi l'adaptation interculturelle de Milton Bennett pourrait être comparée avec la notion d'accommodation évoquée dans cette thèse . Cependant sa vision de la culture est en quelque sorte héderienne : le fait de passer d'une culture (nationale) à l'autre devient abstrait lorsque ces dernières sont de plus en plus hétérogènes.

Son modèle est à remettre dans un contexte d'interaction entre « micro-mondes » individuels formées de différentes représentations collectives. La phase d' « intégration » ne signifie pas seulement le fait de pouvoir se mettre dans la peau de l'autre personne, d'intégrer son micro-monde, mais aussi de pouvoir créer ensemble un lieu commun. En bref, il s'agit d'adopter des *compétences transculturelles* qui seraient entendues ici comme la capacité à construire l'espace commun entre les différentes représentations du monde[249]. C'est ainsi qu'une septième étape devrait être ajoutée à la sensibilité interculturelle : celle de la transformation.

> « Lors de cette phase avancée du dialogue, il s'agit désormais de créer des espaces communs et de mettre en place des processus pour un échange libre, fluide et répété entre les identités. Ces espaces sont le plus souvent les places de rencontre dans les villages et les quartiers de ville, ou encore les clubs. L'espace commun peut être aussi artistique, sportif ou autre. C'est la logique du

[248] Milton J. Bennett, *Basic concepts of intercultural communication. Paradigms, principles, & practice selected readings*, Boston, Intercultural Press A Nicholas Brealey Pub. Company, 2013.

[249] „Transcultural competence [is] the ability to successfully deal with and develop solutions to issues and problems created by cultural differences within any cultural setting. » Jerry Glover; Harris L. Friedman, *Transcultural competence. Navigating cultural differences in the global community*, Washington D.C., American Psychological Association, 2015, p. 8.

> **projet en commun qui permettra ainsi de décliner le changement par le dialogue vers un ensemble de domaines. »[250]**

Il serait bien sûr faux d'affirmer que les artistes soient interculturellement plus compétent que d'autres individus. Ils sont soumis au même processus. En revanche, leurs compétences transculturelles – c'est à la capacité à construire l'espace commun – sont potentiellement très élevées. Ces compétences peuvent être notamment favorisées lors d'évènements culturels et artistiques. C'est ce que nous allons voir maintenant.

3.4.3. Les évènements culturels et artistiques au centre du dialogue interculturel

Grâce aux théories de l'appropriation culturelle nous avons vu que les « rituels » pouvaient servir de catalyseur à un apprentissage proactif d'une autre culture et de ses représentations du monde. . Ces rituels se caractérisent par le jeu, les arts, les activités culturelles etc. En bref, il s'agit ici *d'évènements culturels et artistiques* selon notre terminologie. D'après Matthias T. Vogt, ils sont à la base du bienêtre individuel (en allemand : Individuelles Wohlergehen/ en latin : *bona interiora*) qui survient lors de moments vécus (en allemand :Erlebnismoment), comme la participation à une chorale ou à un match du Football Club de Nantes dans la tribune Loire. Ces derniers peuvent devenir des moments heureux (en allemand : Glückmoment). Ils procurent une énergie (en allemand : Energiemoment) permettant de faire face à un quotidien qui peut s'avérer parfois morose[251]. Le terme d'évènement peut donc se confondre avec celui de « moment ».

Ainsi, les évènements servent à un apprentissage proactif d'autres représentations du monde et au bienêtre individuel. Ils aident aussi à la création de lieux communs. Nous avons vu que pour le public il s'agit d'une occasion de pénétrer de nouvelles représentations du monde et de tisser un lien avec les autres participants au travers ces représentations. Pour les créateurs qui interviennent au sein des évènements c'est la possibilité de réaliser un métissage entre différentes représentations du monde et parvenir à une création originale. Les évènements culturels et artistiques se déroulent dans un autre monde partagé par les participants et artistes. Celui-ci est relativement coupé du quotidien et des rapports de forces qui peuvent intervenir en société[252].

Les évènements culturels et artistiques suivent un principe de *double médiation culturelle :* il s'agit, dans un premier temps, « d'une rencontre entre la création

---

[250] Ceci est la conclusion de Sélim El-Sayegh et Racha Omeyri dans le MOOC « les compétences pour le dialogue interculturel » https://lms.fun-mooc.fr/courses/course-v1:LaSagesse+152001+session04/info [consulté le 02.12.2021].

[251] Matthias T. Vogt, *Beitrag der Kultur zur Wohlfahrt. Kleine Erläuterung der beiliegenden Ideenskizze* in Vogt, Matthias Theodor (éd.), *Kultur im ländlichen Raum. Das Beispiel Mittelsachsen.*

[252] Matthias T. Vogt; Erik Fritzsche; Christoph Meißelbach, *Ankommen in der deutschen Lebenswelt*. *op. cit.*, p. 170.

[artistique/culturelle] et un public »[253], reprenant une définition restreinte et matérielle de la culture, et, dans un second temps, un échange entre les cultures au sens large du terme[254]. Le premier cas s'inscrit dans un rapport vertical de médiation, même si cette verticalité tend à se réduire au vu des différentes étapes de réflexions sur la médiation, c'est-à-dire 1) une médiation basée sur la création, 2) sur le créateur, 3) le public devient lui-même créateur et fait sa propre médiation[255] Le second cas décrit un rapport horizontal qui se veut de plus en plus *symétrique*, abandonnant progressivement par exemple l'idée de diffusion pure et simple de sa création culturelle dans un autre pays pour une collaboration étroite avec l'autre culture passant par des *coproductions* conjointes. Ainsi les instituts culturels proposeront cinq types d'évènements culturels selon les types de médiation employés (voir tableau ci-dessous). Dans la pratique, les frontières de cette typologie sont poreuses : il arrive bien souvent, par exemple, que l'invitation d'un artiste entraine une rencontre avec des artistes locaux, débouchant, dans le meilleur des cas, sur une *cocréation* par les différents artistes.

Tableau 1 types d'évènements culturels selon la médiation employée

Horizontal / Vertical	**Asymétrique**	**Symétrique**
Basée sur la création	Diffusion	Cocréation et coproduction
Basée sur le créateur	Invitation	Rencontres (entre créateurs)
Propre médiation (Public lui-même créateur)	Ateliers culturels	

Ainsi l'introduction de la notion de dialogue interculturel permet de régler les problèmes d'intentionnalité causé par le soft power et l'approche d'accommodation historique : il ne s'agit pas d'objectifs de complaisance volontaire, ni de partager ses aspirations de manière unilatérale. Le but de l'accommodation par le dialogue interculturel est de créer des lieux communs entre différentes représentations du monde. Ceci n'est atteignable que par des échanges réciproques entre des créateurs

253 Claude Vauclare, *Les événements culturels : essai de typologie* in « Culture Etudes » n°3, 3 / 2009, p. 1.

254 Au sens restreint, la culture désigne les « biens culturels ». Au sens large elle désigne les « communautés imaginées » (Benedict Anderson) et peut s'employer au pluriel. Michel De Certeau, *La culture au pluriel*, Paris, Éditions du Seuil, 1993, p. 105

255 Bruno-Nassim Aboudrar; François Mairesse, *La médiation culturelle*, Paris, Presses Universitaires de France / Humensis, 2ème éd., 2018, p. 14–16.

relativement autonomes. Ce genre d'échanges peut être facilité lors d'évènements culturels et artistiques. En effet, ces derniers sont en quelque sorte coupés des rapports de forces qui peuvent agir dans la société. Enfin, les artistes doivent être accompagnés par une médiation favorisant les cocréations.

4. CONCLUSION DE LA PARTIE THÉORIQUE

Durant cette partie nous avons suivi un développement déductif qui nous a permis de passer de l'approche constructiviste des relations internationales au soft power puis à ses concepts associés afin de déboucher sur une nouvelle approche théorique. Cette dernière se base sur les limites du soft power qui ont pu être dégagées ici. Plutôt que de répéter le raisonnement qui nous a amené à l'approche d'accommodation, il s'agit maintenant de résumer cette approche en guise de conclusion.

Si l'*approche d'accommodation aux différentes représentations du monde par le dialogue interculturel* à un fondement théorique, elle reste néanmoins pensée pour la pratique dans le cadre des politiques culturelles de l'Allemagne et de la France en Russie. Elle a pour but de soutenir un *dialogue interculturel* permanent entre les classes créatives allemande, française et russe. La diplomatie culturelle doit donc devenir l'« instrument du dialogue interculturel »[1]. Le principe essentiel de cet échange est une *hospitalité réciproque*[2], c'est-à-dire pouvoir non seulement naviguer entre les différentes représentations du monde mais aussi créer l'*espace commun*. Ceci est favorisé lors d'*évènements culturels et artistiques* – un moment relativement en dehors du quotidien et des pressions sociales – où les rencontres entre créateurs allemands, français et russes peuvent aboutir à des *cocréations*. Même si les sociétés allemande, française et russe ne doivent pas être considérées comme fermées sur elles-mêmes mais déjà poreuses aux échanges, ces nouvelles représentations de monde devraient atteindre la société entière des pays respectifs [3]. L'approche d'accommodation sert finalement de catalyseur à des échanges culturels déjà existants.

Parmi les diverses tâches des politiques culturelles extérieures, ce sont les activités culturelles et artistiques qui retient notre attention ici. Les opérateurs en charge de les mettre en place sont les *instituts culturels,* comme les Goethe-Instituts et leurs partenaires de coopération du côté allemand ainsi que les Instituts français et les Alliances françaises. Il nous faut maintenant vérifier empiriquement les effets des évènements culturels qu'ils proposent sur les intervenants artistiques et le public. Ceci est l'objet de la prochaine partie.

---

1 Анна Великая, *Публичная дипломатия как инструмент международного диалога* in « Международная жизнь », Февраль / 2016.

2 Matthias T. Vogt, *Interculturality – Institut für kulturelle Infrastruktur Sachsen*. *op. cit.*

3 Joseph Nye propose de ne pas toujours s'adresser directement aux décideurs (decision maker), mais aussi indirectement aux leaders d'opinion (opinion leader) – que nous pourrions nommés ici classe créative – et ainsi toucher la société entière Joseph S. Nye, Jr., *The future of power*. *op. cit.*, p. 94.

II. Partie empirique

L'impact des évènements culturels et artistiques
coproduits par les instituts culturels de l'Allemagne et de la France en Russie
auprès du public et des intervenants artistiques.

0. INTRODUCTION À LA PARTIE EMPIRIQUE

Tout le travail de la partie théorique a été d'affiner les pistes de réflexion pour répondre à la question de recherche évoquée dans l'introduction de la thèse : comment atténuer les tensions politiques et permettre d'assurer un partenariat durable entre la Russie et l'Union Européenne – dont l'Allemagne et la France sont les principaux moteurs – dans un monde multipolaire ? Cet enjeu est lui-même compris dans cette finalité suprême derrière chaque action de la politique étrangère nationale qui est, selon les néoréalistes, celle de la sécurité de l'État dans l'ordre anarchique des relations internationales[1].

Sans devoir résumer tout le détail des réflexions développées dans la partie précédente, nous sommes arrivés à la conclusion que l'approche d'*accommodation aux différentes représentations du monde par le dialogue interculturel entre les classes créatives allemande et française et russe* (ou plus court : *l'approche d'accommodation*) semblait être la plus adaptée pour répondre à la question de recherche pour cette thèse. Nous avons aussi remarqué que les instituts culturels de l'Allemagne et de la France, c'est-à-dire les établissements chargés de mettre en œuvre la diplomatie culturelle de leurs pays respectifs, étaient le plus à même de réaliser cette approche en Russie, via leurs évènements culturels et artistiques.

Le but de la présente partie est maintenant de remonter la chaine des réflexions formulées dans la partie théorique et d'y vérifier empiriquement chaque maillon. Ces vérifications n'aboutissent pas toujours à un changement fondamental de l'approche, mais permettent çà et là de mieux reformuler les hypothèses de recherches établies en amont. Dans la partie théorique nous sommes partis du niveau macrosociologique, c'est à dire des relations internationales, vers le niveau microsociologique, c'est à dire les évènements culturels et artistiques, en passant par le niveau mésosociologique : l'articulation des politiques culturelles extérieures à l'échelle d'un pays via les approches du soft power ou de l'accommodation.

Pour la partie empirique, il nous faut commencer « d'en bas » : nous devons tout d'abord connaitre l'impact des évènements culturels et artistiques coproduits par les instituts culturels de l'Allemagne et de la France en Russie auprès de leur public ainsi qu'auprès des classes créatives allemande, française et russe. Ceci peut être réalisé par une analyse des évènements culturels en trois étapes. Tout d'abord par une lecture ethnographique de ces évènements. Cette dernière se base sur des observations de

[1] David A. Baldwin, *Power and international relations. op. cit.*, p. 135.

nombreux évènements culturels et artistiques coproduits par les instituts culturels allemands et français. La seconde étape consiste en une enquête iconographique auprès des personnes fréquentant ces évènements culturels et artistiques : il s'agit de savoir si ces derniers amènent effectivement à un changement des représentations du pays chez le public. Enfin, la troisième étape s'articule autour d'interviews de créateurs allemands, français et russes sur leurs performances artistiques en lien avec les évènements culturels et artistiques coproduits par les instituts culturels de l'Allemagne et de la France auxquels ils ont participé.

Pour ce qui est du niveau mésosociologique, nous réalisons une analyse des acteurs des politiques culturelles extérieures de l'Allemagne et de la France en lien avec la fédération de Russie. Cette dernière consiste tout d'abord en un état des lieux portant sur les institutions impliquées dans la formulation et la mise en place de ces politiques. Il s'agit aussi de connaitre le cadre juridique et institutionnel qui règle l'action cultuelle de l'Allemagne et de la France en Russie. L'analyse des acteurs se poursuit ensuite par des entretiens avec les directeurs, les chefs de département ou même les volontaires internationaux en administration des établissements évoqués dans l'état des lieux. Ces derniers sont interviewés sur les prises de décision en interne entre les différentes structures de l'action culturelle. Ils sont aussi questionnés sur les modalités de collaboration au niveau local. À ce titre les partenaires culturels locaux ont aussi été interrogés. Enfin, les interviewés se sont exprimés sur les approches de partenariats franco-allemands et européens. Au-delà des différentes formes de coopérations, les entretiens portent sur les stratégies développées par les acteurs et les difficultés à les mettre en place.

Enfin, au niveau macrosociologique, il nous faut vérifier tout d'abord si l'approche d'accommodation élaborée dans la partie théorique s'inscrit effectivement dans les grandes lignes des stratégies formulées par les acteurs des politiques culturelles extérieures de l'Allemagne et de la France, notamment en Russie. Il nous faut ensuite mesurer son efficacité par rapport à l'enjeu d'un partenariat durable entre la Russie et l'Union Européenne via la culture. Ceci représente l'objet principal d'une synthèse entre les parties théorique et empirique servant de conclusion à cette thèse.

Ainsi, nous reprenons et adaptons ici les trois modes d'approche de Pierre Muller[2] pour analyser une politique publique, en premier lieu avec une analyse de ses effets, ensuite en étudiant « la boite noire de l'État » soit comment est élaborée et mise en œuvre cette politique publique, puis en réfléchissant – à notre façon – sur la genèse de cette dernière : c'est-à-dire ici non pas par une approche historique mais par une étude

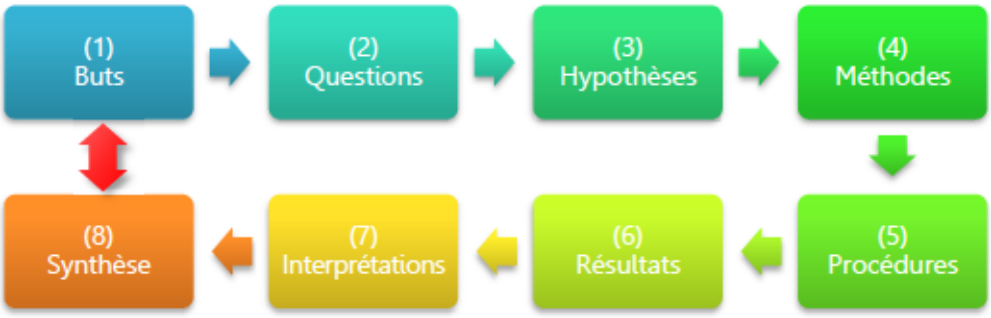
[2] Pierre Muller, *Les politiques publiques*, Paris, Presses universitaires de France, 8ème éd., 2009, p. 87–88 cité dans Daniel Haize, *L'action culturelle et de coopération de la France à l'étranger. Un réseau, des hommes*, Paris, L'Harmattan, 2012, "méthodologie de la recherche".

de la raison d'être de l'action culturelle de l'Allemagne, de la France et de l'Union européenne en Russie.

0.1. PROTOCOLE GLOBAL DE LA RECHERCHE

Chaque chapitre de la partie empirique suit un schéma identique. Il consiste en (1) une exposition des buts à atteindre dans le chapitre. Il s'agit ensuite (2) d'établir les questions de recherches qui dérivent des buts fixés en amont. À partir des questions de recherches il est possible (3) de formuler les hypothèses qui doivent être vérifiées dans le chapitre. La vérification de ces hypothèses s'effectue par (4) des méthodes taillées sur mesure selon les exigences des différentes hypothèses. Ces méthodes suivent (5) des procédures détaillées pour leurs bonnes exécutions. La réalisation procédurale des méthodes nous fournit (6) des résultats solides. Ces derniers constituent des données brutes qui nécessitent (7) des interprétations en fonction des hypothèses de recherche. Enfin, (8) la synthèse nous permet de reformuler les hypothèses par rapport aux résultats et aux interprétations de la recherche. De plus, la synthèse sert aussi à vérifier si les questions et les buts posés au début du chapitre ont bien été adressées, pour les premières, et bien atteints, pour les seconds.

Figure 5 Schéma du procédé d'analyse pour chaque chapitre



Les cinq premières étapes sont regroupées sous le terme de « protocole de recherche » au début du chapitre. Chaque résultat est suivi d'une interprétation. La synthèse quant à elle vient en fin de chapitre.

La structure globale de la partie empirique s'organise autour du même schéma, c'est pourquoi il nous faut évoquer maintenant le but principal et les objectifs sous-jacents, les questions et les hypothèses générales et les grandes lignes de la méthodologie et des procédures utilisées dans la partie empirique.

0.1.1. Buts

Le but principal de la partie empirique est de confronter l'approche d'accommodation développée dans la partie théorique à la réalité des politiques culturelles allemandes et françaises en Russie. Ce but s'inscrit dans l'enjeu global d'un partenariat durable entre la Russie et l'Union Européenne, dont l'Allemagne et la

France sont les principaux moteurs. En suivant le principe de l'approche d'accommodation relevé dans la partie théorique, il s'agit plus concrètement d'étudier l'impact des évènements culturels et artistiques coproduits par les instituts culturels de l'Allemagne et de la France en Russie auprès du public et des intervenants artistiques.

Derrière ce but il existe des buts sous-jacents et une série d'objectifs intermédiaires. Tout d'abord, lorsqu'il est question d'effet ou d'impact, une simple mesure de l'activité culturelle des instituts ne saurait être satisfaisante. Cette dernière se résumerait à nommer de manière quasi exhaustive le nombre d'évènements organisés, le nombre de participants, les dépenses et les recettes de l'instituts etc... Ces chiffres sont importants mais ils ne permettent pas de savoir ce que les évènements culturels et artistiques ont effectivement apporté aux participants et aux intervenants. Une véritable mesure des effets[3] de ces manifestations se doit de trouver des outils adaptés. Un des buts sous-jacents mais aussi un des défis de cette thèse est donc de pouvoir saisir l'impact de ces évènements culturels.

La notion de « coproduction » employée dans la formulation du but principal de la partie empirique induit l'idée que les instituts n'organisent jamais seuls leurs manifestations. Un autre des buts sous-jacents est donc de connaitre les modalités de la mise en place des manifestations culturelles et artistiques proposées par les instituts dans un contexte de coproduction. Il s'agit de se pencher sur les coopérations locales, européenne ou en interne, mais aussi sur les difficultés pour mettre en œuvre ces manifestations.

Enfin, il existe des stratégies derrière la mise en place d'évènements culturels et artistiques coproduits par les instituts culturels de l'Allemagne et de la France, eux-mêmes financés par leurs ministères des affaires étrangères respectifs. Le troisième but sous-jacent est de relever ces stratégies au niveau des acteurs en lien avec les politiques culturelles extérieures de l'Allemagne et de la France en Russie.

Ces trois buts sous-jacents sont suivis d'une série d'objectifs intermédiaires qui seront expliqués dans les différentes chapitres de la partie empirique.

0.1.2. Questions

La définition du but principal ainsi que des buts sous-jacents de cette partie nous permet d'aboutir aux quatre groupes de questions suivants :

---

3 « This leads on further to exploring the age-old problem and dilemma of measure of activity (MOA) versus measure of effect (MOE). Researchers and practitioners alike have been tempted to equate MOA with MOE, which can produce false or misleading results. » Anna Velikaya, *Russia's public diplomacy. op. cit.*, p. 281.

1. Les évènements culturels et artistiques coproduits par les instituts culturels de l'Allemagne et de la France en Russie laissent-ils réellement des impressions sur les participants ? Ont-ils aussi un impact auprès des intervenants issus des classes créatives allemande, française et russe ? Si oui, quels en sont les effets ? Et sous quelles conditions se produisent-ils ?
2. Comment s'organise la mise en place d'évènements culturels et artistiques coproduits par les instituts culturels de l'Allemagne et de la France en Russie ? Quelles sont les modalités de la coopération avec les partenaires culturels russes, en interne ou avec les autres instituts culturels européens ? Quelles sont les difficultés que les instituts peuvent rencontrer au niveau de leurs manifestations culturelles et artistiques ?
3. Quelles sont les stratégies poursuivies par les acteurs des politiques culturelles extérieures de l'Allemagne et de la France en Russie à travers les activités culturelles de leurs instituts culturels ? Ces derniers poursuivent-ils des stratégies s'approchant des principes de l'approche d'accommodation ?
4. Confrontée à la réalité des politiques culturelles extérieures allemandes et françaises en Russie, l'approche d'accommodation serait-elle effectivement en mesure de réaliser l'enjeu d'un partenariat durable entre la Russie et l'Union Européenne ?

Les trois premières questions font échos aux trois buts sous-jacents, tandis que la dernière question découle du but principal de la partie empirique, c'est-à-dire de la thèse elle-même.

0.1.3. Hypothèses

Avant de formuler les hypothèses dérivant des questions qui viennent d'être posées, il est nécessaire de passer en revue les conclusions de la partie théorique. Les hypothèses de recherches sont ainsi formulées en fonction des questions et des conclusions de la partie théorique.

0.1.3.1. Résumé de la partie théorique

Dans la partie théorique nous avons suivi un raisonnement déductif, c'est-à-dire d'une vue d'ensemble vers le détail. Nous avons pu en tirer les conclusions suivantes :

1. Une sortie de la situation conflictuelle entre la fédération de Russie et l'Union Européenne, dans laquelle l'Allemagne et la France jouent un rôle moteur, est nécessaire et implique un changement dans les représentations du monde des deux parties.

2. L'action culturelle de l'Allemagne et de la France en Russie doit privilégier l'approche d'accommodation en tant qu'alternative au soft power afin de réconcilier la Russie et l'Union Européenne sur le long terme.
3. La meilleure façon de mettre en œuvre l'approche d'accommodation est un dialogue actif entre les classes créatives allemande, française et russe dans le cadre d'évènements culturels et artistiques coproduits par des instituts culturels de l'Allemagne et de la France en Russie.
4. Leurs évènements culturels et artistiques ont en effet la possibilité de changer les représentations du monde des participants et des intervenants issus des classes créatives allemande et française et russe en créant un nouvel espace commun.

0.1.3.2. Formulation des hypothèses de recherche

Les conclusions de la partie théorique doivent être vérifiées empiriquement aux niveaux micro-, méso- et macrosociologique par un raisonnement inductif, c'est à dire du cas particulier à la norme générale :

1. *Au niveau microsociologique* : les évènements culturels et artistiques coproduits par les instituts culturels de l'Allemagne et de la France en Russie ont la capacité de changer les représentations du monde des différents participants et des intervenants issus des classes créatives allemande, française et russe en créant un nouvel espace commun (question 1).
2. *Au niveau mésosociologique :* les instituts culturels de l'Allemagne et de la France sont déjà dans une approche d'accommodation en s'appuyant sur de nombreuses coopérations locales et européennes pour mettre en place leurs évènements culturels et artistiques. Les tensions politiques entre la Russie et l'Union Européenne, incluant l'Allemagne et la France, peuvent être un frein aux coopérations culturelles (question 2).
3. *Au niveau macrosociologique* : les acteurs des politiques culturelles extérieures allemandes et françaises en fédération de Russie sont donc capables et désireux de mettre en œuvre une approche d'accommodation entre les classes créatives allemande et française et russe via leurs évènements culturels et artistiques ; cette approche étant privilégiée à celle du soft power (question 3).
4. *Hypothèse transversale :* grâce à l'approche d'accommodation, l'Allemagne et la France en association avec la Russie peuvent changer les représentations du monde des personnalités publiques européennes et russes pour trouver une issue aux relations tendues entre la Russie et l'Union Européenne afin d'établir les conditions d'un partenariat à long terme entre les deux parties (question 4).

0.1.4. Méthodologie

La vérification de ces hypothèses nécessite l'utilisation d'une méthodologie diversifiée dans laquelle des méthodes qualitatives et quantitatives sont employées. Ce procédé est nommé « triangulation méthodologique » en sciences sociales[4]. Il s'agit ici d'exposer sommairement la méthodologie, des précisions sont apportées dans les différents chapitres de la partie empirique selon l'angle méthodologique choisi.

0.1.4.1. Vérification de la première hypothèse

Pour vérifier la première hypothèse, il faut tout d'abord tenter de saisir le phénomène d'évènement culturel tel qu'il apparait, c'est-à-dire la façon dont l'expérience a été vécue par le participant. La méthode la mieux adaptée ici semble être des observations ethnographiques[5] des évènements culturels. Elles permettent à l'observateur de percevoir l'évènement tel qu'il se présente à lui tout comme il pourrait se présenter à un participant lambda. Nous utilisons pour cela des notes d'observation sur les évènements culturels proposés par les instituts culturels de l'Allemagne et de la France en Russie.

Il s'agit ensuite de savoir quel impact produit les évènements culturels chez les participants au niveau de leurs représentations du monde. Pour mesurer ce genre d'effet, il est nécessaire de saisir les images « qu'ils ont en tête » et de les comparer à celles des personnes qui ne participent pas à ces évènements. Une telle étude est devenue possible grâce à l'analyse quantitative de dessins développée lors de recherches antérieures[6]. La particularité de cette méthode est la possibilité de mesurer et de comparer la surface, la position, ainsi que la chronologie et le temps de création des différents objets dessinés sur une grande quantité de dessins. Elle nécessite toutefois la mise en place d'une enquête iconographique pour le public des évènements culturels et artistiques des instituts culturels de l'Allemagne et de la France en Russie. Dans cette enquête les participants ont dû dessiner leurs représentations de l'Allemagne et de la France et indiquer leurs caractéristiques sociodémographiques, leur connaissance du pays et de la langue, les facteurs qui ont façonné leur perception du pays, ainsi que leur relation avec les instituts culturels allemands et français afin de

---

4 Methodological triangulation is « an approach that uses multiple observers, theoretical perspectives, sources of data, and methodologies. [...] . It was originally conceptualized [...] as an approach to the development of measures of concept » Alan Bryman, *Social research methods*, Oxford, New York, Oxford University Press, 2012, p. 392.

5 La notion sera explicitée dans le premier chapitre de cette thèse.

6 Adrien Houguet, *Kleinstadtbilder. Wie urban, wie ländlich sind unsere Kleinstädte am Beispiel der Loire-Atlantique und der Oberlausitz-Niederschlesien*, Saarbrücken, AV Akademikerverlag, 1ère éd., 2017, p. 35–89; Adrien Houguet, *Platz der Sichtbarkeit im idealen Stadtbild. op. cit.*, p. 7–27; Adrien Houguet, *Современные взаимные представления немцев, французов и россиян друг о друге. На примере анализа тестовых рисунков* in Лабутина, Татьяна Леонидовна (éd.), *«Свои» и «Чужие» на Западе и в России. Взаимодействие и восприятие культур*, p. 438–450.

savoir s'ils ont influencé leur image du pays et leur vision du monde. L'objectif est de déterminer ici l'influence des évènements culturels sur l'image du pays.

Enfin, il s'agit de connaitre l'impact des évènements culturels et artistiques coproduits par les instituts culturels de l'Allemagne et de la France en Russie auprès des intervenants issus des classes créatives allemande et française et russe. Des entretiens avec derniers ont été réalisé avec ces derniers, afin de connaitre l'impact que la participation à ces manifestations a eu sur l'expression artistique, les représentations du monde et la biographie des intervenants.

0.1.4.2. Vérification de la seconde hypothèse

Pour vérifier la deuxième hypothèse, il faut tout d'abord observer la constellation des acteurs concernés par les politiques culturelles extérieures allemandes et françaises en fédération de Russie. Il s'agit de connaitre les moyens financiers et en personnel dont disposent les acteurs, mais aussi les cadres institutionnels, juridiques et politiques qui leurs sont imposés pour mettre en place leurs évènements culturels et artistiques. En outre, il est nécessaire d'observer les coopérations internes et coopérations européennes qu'entretiennent les différents acteurs sur place par le biais d'entretiens avec ces derniers.

Après ce tour d'horizon des acteurs concernés par l'action culturelle de l'Allemagne et de la France en Russie, il est important d'étudier une seconde constellation : celle des coopérations avec les partenaires culturels locaux. Pour cela il est aussi intéressant de connaitre l'avis des partenaires sur leurs collaborations avec les instituts. Il s'agit aussi de connaitre les difficultés auxquelles les deux parties doivent parfois faire face dans leurs coopérations.

Les entretiens avec les acteurs et leurs partenaires culturels locaux font l'objet d'une analyse qualitative de contenu structurante pour faire ressortir les arguments principaux avancés par les interviewés.

0.1.4.3. Vérification de la troisième hypothèse

Pour vérifier la troisième hypothèse, il est nécessaire d'interroger les acteurs des politiques culturelles extérieures sur les stratégies qu'ils poursuivent. Pour cela les avis des échelons de l'administration centrale (ministères), des opérateurs centraux (Goethe-Institut à Munich et Institut français à Paris notamment) et du corps diplomatique (ambassade et consulat) sont particulièrement intéressants à relever. Il s'agit de savoir sur quelles stratégies les acteurs de ces échelons ont le plus insisté. Les entretiens font l'objet d'une analyse de contenu en fonction de la longueur des citations. Les difficultés à mettre ces stratégies en place évoquées lors des entretiens sont relevées par la même technique.

0.1.4.4. Vérification de l'hypothèse transversale

Enfin, pour vérifier l'hypothèse transversale, il est nécessaire de faire une synthèse des impacts réels des évènements culturels et artistiques relevés dans la triple analyse des évènements culturels et la capacité et la volonté des acteurs des politiques culturelles extérieures à mettre en place l'approche d'accommodation trouvée dans la partie théorique.

Tableau 2 méthodologie de la partie empirique

<table>
<tr><th>Niveau</th><th>Analyse</th><th>Cible</th><th>Méthodes</th></tr>
<tr><td rowspan="3">Micro</td><td rowspan="3">Évènements culturels</td><td rowspan="2">Public</td><td>Observations ethnographiques</td></tr>
<tr><td>Enquête iconographique</td></tr>
<tr><td>Artistes</td><td>Entretiens sur les performances artistiques</td></tr>
<tr><td>Méso</td><td rowspan="3">Acteurs</td><td rowspan="2">Partenaires</td><td rowspan="2">Entretiens sur les coopérations
Et sur les modalités de mises en place des évènements</td></tr>
<tr><td rowspan="2">Macro</td><td rowspan="2">Instituts</td></tr>
<tr><td>Entretiens sur les stratégies</td></tr>
<tr><td></td><td>États</td><td></td></tr>
</table>

0.1.5. Procédures

Il nous faut maintenant aborder les procédures d'exécution de la méthodologie. Pour structurer l'explication des procédures nous utilisons ici la méthode QQOQCCP[7]. Bien que la procédure ne réponde pas à la question du « pourquoi » – cela a déjà été réalisé en amont – elle se doit de détailler la durée de la recherche (quand ?), les lieux, les établissements (où ?), les personnes concernées (qui ?), le matériel à récolter (quoi et combien ?), et enfin les étapes de la procédure (comment ?). Aussi faut-il différencier ce qui était prévu initialement et comment les procédures se sont réellement déroulées.

0.1.5.1. Commencement et durée de la recherche

Bien que des séjours préliminaires soient toujours possibles, le commencement des recherches pour la partie empirique ne peut commencer que si des notions théoriques ont déjà été assimilées et qu'une méthodologie a été clairement établie. Pour la présente thèse ces conditions ont été remplies dès le mois d'avril 2019. Le séjour de recherche était prévu initialement pour une durée de 6 mois d'affilée.

0.1.5.2. Lieux et établissements concernés

Les lieux concernés par la recherche se situent tout d'abord en Russie. L'Allemagne y compte trois Goethe-Instituts à Moscou, Saint-Pétersbourg et Novossibirsk ainsi

7 QQOQCCP (pour « Qui ? Quoi ? Où ? Quand ? Comment ? Combien ? Pourquoi ? »)

qu'une multitude de salles de lecture, de bibliothèques partenaires, de bureaux de contact, de centres de langue, de centres d'examen et de centres culturels rattachés au Goethe-Institut sur tout le territoire de la Russie. De plus, il est intéressant de voir ce qui se passe au niveau du département culturel de l'ambassade et des consulats ainsi que dans les instituts germano-russes (deutsch-russische Häuser) à Kaliningrad, à Moscou, à Novossibirsk, à Tomsk, à Omsk et à Barnaul financés en partie par l'Allemagne.

La France a un Service de Coopération et d'Action Culturelle - Institut Français (SCAC-IFR) en Russie qui est rattaché à l'ambassade. L'institut Français de Russie a deux antennes, une à Moscou et l'autre à Saint-Pétersbourg. En outre la France possède 13 Alliances Françaises en Russie : à Ekaterinbourg, à Irkoutsk, à Kazan, à Nijni-Novgorod, à Novossibirsk, à Oulianovsk, à Oufa, à Perm, à Rostov-sur-le-Don, à Samara, à Saratov, à Togliatti et à Vladivostok.

Du côté de l'Union Européenne il faut pencher sur le département culturel de la délégation de l'Union Européenne en Russie ainsi que sur les consortiums EUNIC à Moscou et Saint-Pétersbourg.

Enfin, il s'agit d'interroger les partenaires culturels et les artistes russes en lien avec les différents instituts évoqués.

En dehors de la Russie il est nécessaire de se tourner vers le ministère des Affaires Étrangères et les opérateurs centraux en France et en Allemagne. Du côté français les deux entités se situent à Paris, du côté allemand l'opérateur central, le Goethe-Institut se trouve à Munich et l'Office des Affaires étrangères à Berlin. Enfin il peut être intéressant d'avoir un bref aperçu de l'action culturelle de l'Allemagne et de la France dans d'autres pays.

Bien sûr, il ne s'agit que d'un éventail des opérateurs des politiques culturelles extérieures de l'Allemagne et de la France en Russie[8]. Nous avons choisi ces instituts en particulier puisqu'ils semblent le mieux répondre à l'approche d'accommodation développée dans la partie théorique, notamment par leur capacité à mettre en place des évènements culturels sur tout le territoire russe.

De plus, avec un budget en temps et en argent limité, il n'était pas possible d'aller partout. Aussi la recherche se concentre-t-elle sur les villes de Moscou et Saint-Pétersbourg dans la partie européenne de la Russie et sur Novossibirsk et Irkoutsk dans la partie asiatique.

---

8 Un aperçu détaillé des acteurs des politiques culturelles extérieures de l'Allemagne et de la France en Russie se trouve dans le quatrième chapitre de cette partie.

0.1.5.3. Personnes ciblées

Pour ce qui est de l'analyse des évènements culturels, les personnes ciblées font tout d'abord partie du public des évènements culturels et artistiques coproduits par les instituts culturels de l'Allemagne et de la France en Russie. Nous avons ciblé ensuite les intervenants de ces manifestations, c'est-à-dire bien souvent des créateurs, des artistes.

Les personnes ciblées pour l'analyse des acteurs concernés par les politiques culturelles extérieures de l'Allemagne et de la France en Russie au niveau local sont avant tout les directeurs d'instituts culturels ou les directeurs de la programmation culturelle de ces derniers, mais aussi des volontaires internationaux en administration. De plus des directeurs d'établissements culturels russes mais aussi d'autres institutions en partenariat avec les instituts culturels allemands et français ont été questionnés.

Pour les orientations stratégiques, il s'agit des directeurs du département culturel des ambassades, des ministères des affaires étrangères et de la délégation de l'Union européenne en Russie. Nous avons ciblé aussi les directeurs ou les responsables stratégiques des opérateurs culturels centraux. Enfin, il est intéressant de connaitre l'avis des homologues russes.

0.1.5.4. Matériel à récolter

Le matériel à récolter pour l'hypothèse n°1 consiste tout d'abord en des notes d'observation sur les évènements culturels et artistiques coproduits par les instituts culturels de l'Allemagne et de la France en Russie. Pour avoir une analyse pertinente une cinquantaine d'observations de différents évènements sont nécessaires. Dans le cadre de l'enquête iconographique il s'agit d'une récolte au minimum de 150 dessins avec des participants de différents instituts culturels mais aussi de personnes n'ayant jamais fréquenté les évènements culturels et artistiques de ces instituts. Enfin une douzaine d'entretiens avec des créateurs et artistes en lien avec différents instituts culturels sont nécessaires.

Pour l'hypothèse n°2, au minimum un entretien par institut culturel allemand ou français est nécessaire dans les quatre différentes villes ciblées par les séjours de recherche. Cela donne un total de 8 entretiens auxquels s'ajoutent les responsables EUNIC de Moscou et Saint-Pétersbourg. Viennent ensuite les partenaires russes en lien avec les instituts culturels. Au minimum 4 entretiens dans différentes villes sont pertinents. Il s'agit d'un total de 14 entretiens.

Enfin, pour l'hypothèse n°3 il faut récolter au minimum 10 entretiens : deux dans les ministères des affaires étrangères allemand et français, deux chez les opérateurs centraux du Goethe-Institut et de l'institut Français, deux dans les départements

culturels des ambassades ou consulats. À cela s'ajoute un entretien à la délégation de l'Union européenne et un entretien chez un homologue russe.

0.1.5.5. Étapes d'exécution

Une fois le matériel récolté lors du séjour de recherche, il faut le retravailler. Il s'agit de mettre au propre les notes d'observations afin qu'elles soient lisibles et de les ajouter à d'autres notes réalisées a posteriori. Les informations indiquées par les répondants de l'enquête iconographique doivent être saisies, les dessins triés et codifiés selon un procédé qui sera éclairé dans le chapitre 2 de cette partie. Enfin, les entretiens doivent être transcrits s'ils ont fait l'objet d'un enregistrement ou être mis au propre s'il s'agit uniquement de notes prises lors de l'entretien.

« Retravailler le matériel récolté » consiste finalement à tirer de ce dernier des données qui seront analysables, c'est-à-dire adaptées aux différentes méthodes d'analyse qui seront utilisées. Pour ce qui est des notes d'observation et des entretiens, nous utilisons une analyse qualitative de contenu structurante. Pour l'enquête iconographique nous employons la méthode d'analyse quantitative de dessins. Ces méthodes d'analyse sont expliquées en détails dans les chapitres concernés.

Ces analyses donneront enfin des résultats qui seront interprétés afin de vérifier les hypothèses formulées en amont.

0.1.5.6. Séjours de recherches réalisés

La collecte de matériel pour la partie empirique s'est finalement déroulée en plusieurs séjours de recherche[9] :

- Un séjour préparatoire en aout et septembre 2017 se situe à Moscou ainsi qu'un court séjour de recherche à Kaliningrad en juin 2018. C'est à ce moment que nous avons pu prendre contact avec les différents acteurs des politiques culturelles de l'Allemagne et de la France en Russie. 6 entretiens avec les différents instituts culturels présents, les ambassades et un homologue russe ont été réalisés.

1. Un premier séjour de recherche s'est produit d'avril à juillet 2019 principalement à Moscou et à Saint-Pétersbourg mais aussi à Kazan et Nijni Novgorod auprès des Goethe-Instituts, des antennes de l'Institut Français de Russie, des consortiums EUNIC, des Alliances Françaises, du centre culturel allemand et européen, des ambassades allemande et française ainsi que de la délégation européenne. 26 évènements culturels ont été observés, 56 dessins ont été récoltés et 14 entretiens ont été réalisés (dont 1 pour la première hypothèse, 12 pour la seconde et 2 pour la troisième).

9 Ce déroulement en plusieurs séjours de recherche est lié à des questions de visa.

2. Un deuxième séjour de recherche d'octobre à novembre 2019 s'est passé à Moscou auprès du Goethe-Institut et de l'institut français de Moscou. 11 évènements ont été observés, 28 dessins récoltés et 8 entretiens réalisés, dont 4 pour la première hypothèse, 3 pour la seconde et 1 pour la troisième.
3. Un troisième séjour de recherche de février à mars 2020 s'est déroulé à Irkoutsk et Novossibirsk auprès des Alliances Françaises, du Goethe-Institut et du Humboldt-Zentrum. 19 évènements culturels ont été observés, 137 dessins récoltés et 10 entretiens réalisés, dont 2 pour la première hypothèse et 8 pour la seconde.

- En dehors des séjours de recherche 4 évènements en ligne ont été observés. 65 dessins faits à distance ont été récoltés. Nous avons pu aussi réaliser 16 entretiens. 6 ont été réalisés en présentiel, 2 par téléphone ou en visiophonie, 5 ont été récoltés par écrit, enfin 3 entretiens sont extraits du projet « Heimspiel » organisé par le Goethe-Institut. Sur les 16 entretiens, 9 correspondent à la première hypothèse, 3 à la seconde et 4 à la troisième.

Tableau 3 résumé du matériel récolté[10]

Séjours	**Analyse des évènements culturels**		**Analyse des acteurs**		
	Évènements	**Dessins**	**Interviews**		
			Artist.	**Coprod.**	**Stratég.**
0	0	0	0	2	4
1	29	56	1	12	2
2	8	28	4	3	1
3	19	137	2	8	0
*	4	65	9	3	4
Total	**60**	**286**	**16**	**28**	**11**
Min.requis	*50*	*150*	*12*	*14*	*10*

0.1.6. Résultats et interprétations

Les résultats de la partie empirique seront présentés en quatre chapitres. Les trois premiers concernent l'analyse des évènements culturels nécessaire pour la vérification de la première hypothèse. Le quatrième répond à la deuxième à la troisième. Les interprétations des résultats se feront directement dans chaque chapitre. Après le quatrième chapitre une synthèse générale des résultats et interprétations sera réalisée avant de passer à la conclusion.

[10] Le détail du matériel récolté est visible dans les annexes

1. ANALYSE DES ÉVÈNEMENTS CULTURELS I : NOTES D'OBSERVATIONS

Commencer « d'en bas », partir d'un niveau microsociologique des effets de politiques culturelles à grande échelle est surement l'un des apports les plus significatifs de cette thèse dans l'étude des influences nationales au sein du système des relations internationales. En partant du *rayonnement* qu'a un pays sur le monde entier, il n'est pas possible de mesurer, de saisir même, quel impact produit ce rayonnement. Les indicateurs qui cherchent à mesurer le *soft power*, le *nation branding* ou autres concepts se multiplient : The Soft Power 30 by Portland[1], Nation Brands Index[2], Lowy Institute Asia Power Index[3] etc.[4]. Tous ont le même problème épistémologique : celui de partir « d'en haut » et de rester aveugle aux micro-évènements et aux micro-interactions, c'est-à-dire là où s'articule toute la mécanique de l'influence. Aussi pour étudier le dispositif d'influence faut-il reprendre l'idée du microscope initié par Georg Simmel dans les sciences sociales[5] afin d'analyser les phénomènes microscopiques des politiques culturelles extérieures.

C'est pourquoi il nous faut commencer ici par une microanalyse des politiques culturelles de l'Allemagne et de la France en Russie à partir des évènements culturels et artistiques coproduits par leurs instituts culturels. Nous ne cherchons pas ici à dresser un inventaire détaillé de tous les évènements coproduits qui contiendrait, par exemple, les dépenses et les recettes qu'ils génèrent : les participants et les intervenants ne connaissent pas ces données. Ce qui est important est de saisir, dans un premier

---

1 Jonathan McClory, *The Soft Power 30. A Global Ranking of Soft Power 2018*, London, 2018.

2 Simon Anholt, *Deutschland von außen. Marke Rechtschaffenheit* in « Zeitschrift für KulturAustausch » n°3/4 2005.

3 https://power.lowyinstitute.org/

4 La liste peut continuer: Nation Brands Index (Anholt); Good Country Index (Anholt), Country RepTrak (Reputation Institute/Fombrun), Swissness-Worldwide-Studien (Feige et al.); Das Landesimage-Diskursmodell (Brijs, Bloemer und Kasper); Country Brand Index (FutureBrand); Der Nation Brands Perception Index (East-West Communications); Der Best Country Score (U.S. News & World Report); Soft Power Index (Portland Communications) ; Weltmeinung und Landesimage (Rusciano) ; Die Korrelate von internationalen Images (Scott) ; Stereotype Content Model (Fiske et al.) ; BIAS-Modell (Cuddy, Fiske und Glick) ; Fombrun-Reputation-InstituteLandesreputationsindex (CRI) (Passow et al.) ; CRI (Yang et al.) ; 4D-/5D-Modell (Buhmann und Ingenhoff; Ingenhoff) Diana Ingenhoff; Alexander Buhmann, *Public Diplomacy. Messung, Entstehung und Gestaltung von Länderimages*, Köln, Herbert von Halem Verlag, 2019.

5 Hier liegen die, nur der psychologischen Mikroskopie zugängigen Wechselwirkungen zwischen den Atomen der Gesellschaft, die die ganze Zähigkeit und Elastizität, die ganze Buntheit und Einheitlichkeit dieses so deutlichen und so rätselhaften Lebens der Gesellschaft tragen. Georg Simmel, *Soziologie. Untersuchungen über die Formen der Vergesellschaftung*, Leipzig, Duncker und Humblot, 1908, p. 19.

temps, comment ces derniers perçoivent les évènements culturels et artistiques tels qu'ils leur apparaissent. Ce qui vient en premier, ce ne sont ni les rentrées d'argent, ni les heures d'organisation mais les impressions que nous laissent ces évènements : un moment partagé, une énergie commune, de la joie, de l'ennui parfois.

Pour saisir cela il est nécessaire d'endosser le rôle d'observateur-participant aux évènements culturels et artistiques. C'est dans une posture quasiment ethnographique qu'il est possible de comprendre au mieux les interactions et les émotions qui se dégagent de ces évènements. Il ne s'agit pas seulement de faire une « ethnographie de public(s) » [6] mais d'appréhender les impressions que laissent ces évènements aux participants. Pour cela il est possible de partir des impressions de l'auteur de cette thèse, basées sur des notes d'observation réalisées pendant et après les évènements lors des séjours de recherches : une posture épistémologique qui peut se justifier avec la réduction phénoménologique d'Edmund Husserl permettant de réduire les biais de subjectivité[7].

Ainsi, les résultats provenant de cette méthode se divisent en trois catégories. Tout d'abord, avec un aperçu de la diversité des évènements culturels et artistiques coproduits par les instituts culturels de l'Allemagne et la France en Russie observés pendant les séjours de recherche. Ensuite, avec une ethnographie du public à partir des observations réalisées pendant les évènements ; et enfin, par une analyse des impressions laissées par ces évènements pendant et après coup. L'interprétation de ces derniers nous permet de faire la transition en fin de chapitre vers les deux prochains qui portent également sur l'analyse des évènements culturels. Il nous faut donc passer des impressions laissées par les évènements aux images du pays que ces derniers finissent par figer dans les têtes des participants. Nous enchainons enfin par la signification de ces évènements culturels et artistiques dans la biographie de leurs intervenants.

1.0. PROTOCOLE DE RECHERCHE

1.0.1. Buts

Le but de ce chapitre est de saisir le phénomène d'évènements culturels et artistiques coproduits par les instituts culturels de l'Allemagne et de la France en Russie tel qu'il apparait aux participants.

---

6 L'ethnographie de public(s) (en anglais : *Public ethnography*), inclue dans la « micro-ethnographie », est une forme d'ethnographie qui étudie les comportements d'un petit groupe d'auditeurs, de lecteurs ou de spectateurs. Alan Bryman, *Social research methods*. *op. cit.*, p. 464.

7 La réduction phénoménologique, ou Épochè, proposée par Edmund Husserl au début du XXème siècle consiste à suspendre temporairement toutes les abstractions qui présupposent le phénomène observé et ainsi à revenir au phénomène *tel qu'il nous apparait*. Edmund Husserl, *Die Idee der Phänomenologie (Fünf Vorlesungen). Band II* in Husserl, Edmund; van Breda, H. L. (éd.), *Husserliana. Gesammelte Werke*.

1.0.2. Questions

Ce but amène à trois questions fondamentales pour saisir le phénomène de ces évènements culturels et artistiques :

1. Qu'est-ce qui caractérise ces évènements ?
2. Quel genre de public assiste à ces évènements ?
3. Quelles impressions ces évènements laissent-ils aux participants ?

1.0.3. Hypothèses

Il n'est pas habituel pour une analyse quantitative de formuler des hypothèses en amont[8]. Il s'agit ici d'un premier jet : il s'agirait des réponses instinctives de l'auteur de cette thèse aux questions qui viennent d'être formulées en amont, avant de revenir sur les notes d'observation. Cet « instinct » n'est pas le fruit du hasard, mais plutôt, issu au préalable des expériences liées aux séjours de recherches et des réflexions théoriques. Ces hypothèses sont confrontées avec les résultats de l'analyse des notes d'observation lors de la synthèse de ce chapitre. Cela nous permet ainsi de les reformuler pour aboutir à des réponses plus nuancées.

1. *Les évènements culturels et artistiques coproduits par les instituts culturels* sont divers, que ce soit au niveau du type d'évènements, du format, de la catégorie artistique, de la médiation et des thèmes abordés. Ils impliquent toujours un partenaire russe. Ils sont souvent accessibles en termes de prix, de lieu et bien communiqué. L'accent est plutôt mis sur un échange de qualité en nombre restreint que sur l'idée d'atteindre un public large.
2. *Le public* est constitué avant tout d'habitués constitués d'étudiants, de cadres, ou membres de la classe moyenne-supérieure russe. Il est traversé par toutes sortes d'émotions lors de l'évènement, pouvant aller de l'enthousiasme à l'ennui en passant par l'irritation.
3. *Les impressions laissées par les évènements culturels sur le public* sont moins celles d'un pur divertissement que celles d'un début de réflexion sur les sociétés allemande/française et russe.

---

8 « Erstens ist die Formulierung von Hypothesen zu Beginn in der Planungsphase nicht zwingend, sondern im Bereich der qualitativen Inhaltsanalyse eher selten anzutreffen. Hier ist eher ein offenes Vorgehen, ohne vorab formulierte Hypothesen, die Regel. » Udo Kuckartz, *Qualitative Inhaltsanalyse. Methoden, Praxis, Computerunterstützung*, Weinheim, Beltz Verlagsgruppe, 4ème éd., 2018.

1.0.4. Méthodes

1.0.4.1. Analyse d'évènements culturels et artistiques – notes d'observation.

Afin de comprendre ce qui caractérise les évènements culturels et artistiques dont il est question dans cette thèse et de savoir ce qui s'y passe, il nous faut entamer une analyse des *observations participatives*[9] réalisées sur ces derniers. En effet, la plupart des évènements coproduits par les instituts culturels sont ouverts à tous. En qualité d'*ethnologue*, il est donc possible d'observer ouvertement ce qui s'y passe sans avoir besoin de *couverture*[10]. L'auteur de cette thèse a ainsi rédigé un protocole pour chaque évènement auquel il a participé pendant les séjours de recherches. Dans ce dernier il est fait mention de la localisation, la date, de l'intitulé, des coproducteurs, des intervenants, du public, du déroulement ainsi que des impressions générales liées à l'évènement culturel pendant et après coup. Ce sont donc ces notes qui sont analysées dans cette partie.

1.0.4.2. Ethnographie de public(s)

En plus de l'analyse des caractéristiques des évènements culturels et artistiques à partir des notes d'observations, il est aussi possible de faire une ethnographie de leur public. Pour cela il nous faut relever dans les protocoles toutes les indications en lien avec la description du public. En effet, l'ethnographie de public(s), inclue dans la « micro-ethnographie » est définie par Alan Bryman comme « une forme d'ethnographie qui étudie les comportements d'un petit groupe d'auditeurs, de lecteurs ou de spectateurs »[11]. Une autre question est de savoir s'il existe *un* public de ces évènements culturels qui serait réduit à des moyennes statistiques ou *des* publics différenciés non seulement selon leurs origines, selon les évènements mais aussi selon la réception qu'ils ont de ces derniers.

1.0.4.3. Réduction phénoménologique

Loin d'appliquer les procédés stricts de la réduction phénoménologique d'Edmund Husserl, la présente analyse en emprunte quelques traits caractéristiques. Les observations ont consisté à saisir les impressions telles qu'elles sont venues à son auteur en faisant abstraction de notions préalables concernant les évènements : les objectifs de soft power des instituts, ce qu'il y a derrière la mise en place des évènements culturels : l'organisation, le budget, les négociations avec les partenaires

---

9 De l'anglais *participant observation*, parfois synonyme d'éthnographie : « the participant observer/ethnographer immerses him- or herself in a group for an extended period of time, observing behaviour, listening to what is said in conversations both between others and with the fieldworker, and asking questions. » Alan Bryman, *Social research methods*. *op. cit.*, p. 432.

10 Selon Bryman, l'ethnologue peut agir soit ouvertement, en précisant qui il est et quels sont les buts de ses recherches. Il peut aussi agir « sous couverture » en s'infiltrant dans un milieu afin d'obtenir des informations plus sincères de ce milieu. *Ibid.*, p. 434.

11 *Ibid.*, p. 464.

russes etc. Cette technique de suspendre les aprioris permet donc de revenir au phénomène même d'évènement culturel.

1.0.5. Procédures

Ainsi, une soixantaine d'évènements culturels et artistiques proposés par le Goethe-Institut, le Humboldt-Zentrum, l'Alliance Française et Institut Français à Irkoutsk, Moscou, Nijni-Novgorod, Novossibirsk et Saint-Pétersbourg entre avril 2019 et mai 2020 ont fait l'objet de notes d'observation[12].

1.0.5.1. Procédé d'analyse

Pour analyser l'aspect qualitatif des notes d'observation il est nécessaire de les *coder*. Le codage est en effet un des outils principaux d'une analyse qualitative de contenu *structurante*[13]. Il s'agit de « mettre des étiquettes »[14] sur des mots, des phrases ou des paragraphes qui semblent être importants pour valider, nuancer ou réfuter les hypothèses formulées plus haut. Ces étiquettes sont ensuite résumées à une idée. Dans un second temps, ces dernières sont regroupées dans différentes catégories afin de retrouver les idées générales exprimées dans les différentes notes. En bref, il s'agit de réduire et de simplifier les informations contenues dans les notes[15]. Tout ce travail de codage est réalisé avec l'aide d'un logiciel libre basé sur le langage de programmation R : RQDA[16].

Il nous faut enfin lier les résultats obtenus dans la partie quantitative et dans la partie qualitative des notes.

1.0.5.2. Typologies

La typologie des évènements liée au modèle de médiation (verticale/horizontale) et évoquée dans la partie 3 de la partie théorique est utilisée ici. Pour rappel :

1) Diffusion ;
2) Invitation ;
3) Atelier ;
4) Rencontres ;
5) Cocréation

Les catégories liées à la discipline artistique et/ou culturelle de l'évènement sont aussi employées :

1) Arts de la scène ;

---

[12] Pour le détail des observations des évènements culturels auxquels l'auteur a participé voir annexe n°3.

[13] En allemand Inhaltlich-strukturierende qualitative Inhaltsanalyse). Udo Kuckartz, *Qualitative Inhaltsanalyse. op. cit.*, p. 97–121.

[14] En anglais: to label *Ibid.*, p. 180.

[15] Alan Bryman, *Social research methods. op. cit.*, p. 568.

[16] Pour plus de détails : https://rqda.r-forge.r-project.org/ [13.04.2021]

2) Arts visuels ;
3) Audiovisuel ;
4) Club/Atelier ;
5) Conférence ;
6) Rencontre littéraire.

1.0.5.3. Système de citations des notes d'observations

Le système de citations des notes d'observation fait tout d'abord référence aux annexes n°3 où il est possible de trouver l'intégralité des notes d'observation. Viennent ensuite le numéro de l'évènement observé, classifié de manière chronologique, puis – entre crochet – la position de la citation dans la note. Cette dernière est réalisée en fonction du nombre de caractères, espaces compris, délimité à partir du logiciel RQDA. Il est ainsi possible de connaitre la longueur de la citation. Par exemple « 3.26 [1213:1263] » signifie une citation du 1213ème au 1263ème caractère de la note d'observation faite de l'évènement n°26 que l'on trouve dans les annexes n°3 et qui reprend la phrase suivante : « Malheureusement, le temps n'est pas au rendez-vous ». Ceci représente une longueur de 50 caractères en tout. La longueur de citation totale d'un code est ainsi calculée en additionnant le nombre de caractères de chaque citation.

1.0.5.4. Système de notation des codes

Les codes employés pour l'analyse sont parfois évoqués, notamment pour la visualisation graphique de données. Ces derniers sont toujours écrits en majuscule et comportent entre deux et quatre lettres séparées par un trait d'union, le code se termine par l'idée contenue dans la citation codée, cette idée est écrite en minuscule. Il peut y avoir une ou plusieurs citations par code. Le terme le plus à gauche correspond aux trois différentes parties des résultats de l'analyse : 1) EVT – caractéristiques des évènements culturels, 2) PART – caractéristiques des participants et 3) IMPR – Impressions laissées par les évènements. Il existe ensuite des catégories, des sous-catégories et des sous-sous-catégories. Par exemple : « PART-PUB-TYP-SEX-Majorité de femme » signifie un code qui se trouve dans la partie « caractéristique des participants » (PART), qui appartient à la catégorie « public » (PUB), à la sous-catégorie « type de public » (TYP) et à la sous-sous-catégorie « genre représenté dans le public » (SEX). L'idée de la ou les citations du code est qu'il a été relevé à partir des notes d'observations qu'il y avait une majorité de femme lors de l'évènement (Majorité de femme).

1.1. RÉSULTATS I – CARACTÉRISTIQUES DES ÉVÈNEMENTS CULTURELS ET ARTISTIQUES

Les résultats obtenus par l'analyse des notes sont divisés en trois parties en écho aux trois questions posées en amont : 1) quelles sont les caractéristiques des évènements

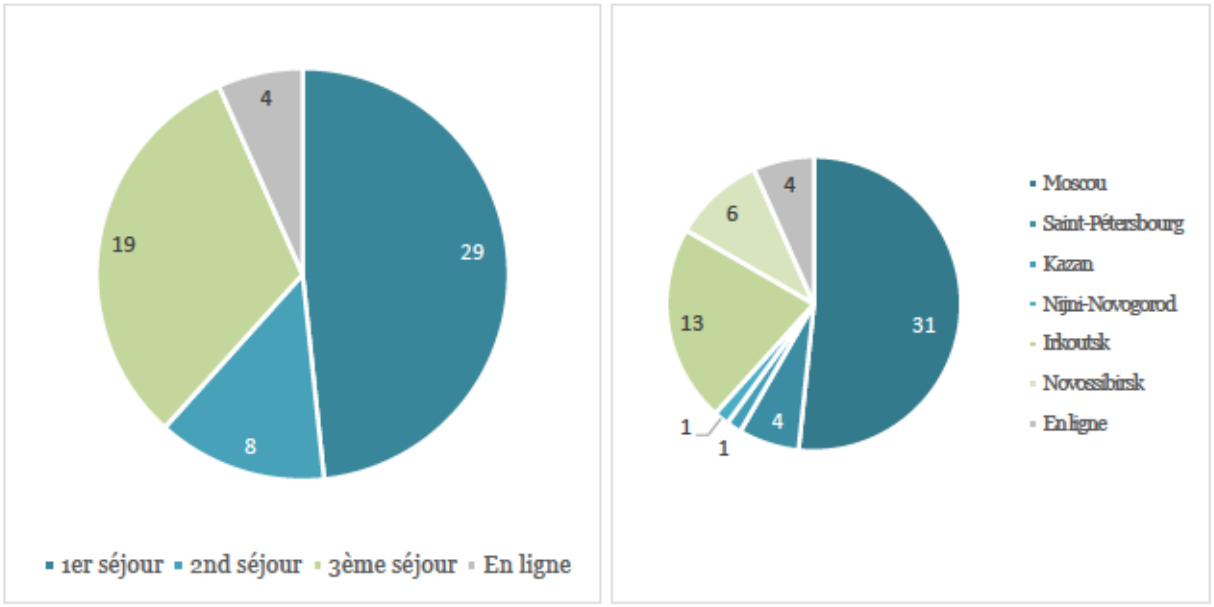
culturels et artistiques coproduits par les instituts culturels de l'Allemagne et de la France en Russie ? ; 2) quelles sont les caractéristiques de leurs participants ? ; 3) quelles impressions ces évènements laissent-ils à ces derniers et à moi-même. En ce qui concerne la première partie, nous réalisons tout d'abord un récapitulatif des évènements observés, nous abordons ensuite plusieurs paramètres de ces derniers : le prix, le lieu et le temps, la communication, la langue, le support et enfin les thèmes abordés lors des évènements culturels.

1.1.1. Récapitulatif des évènements observés

60 évènements culturels et artistiques coproduits par les instituts culturels de l'Allemagne et de la France en Russie ont été observés pour cette analyse. Près de la moitié a été observée lors du premier séjour de recherche : 29 évènements, soit 48,3% de la totalité des évènements observés. 8 évènements ont été observés lors du second séjour (soit 13,3% au total). Ces deux séjours ont eu lieu dans la partie européenne de la Russie. Près d'un tiers des évènements observés se sont déroulés dans la partie asiatique de la Russie lors du troisième séjour de recherche : 19 évènements, soit 31,7% au total. Enfin, 4 évènements ont été observés en ligne en raison de la pandémie COVID-19.

Plus de la moitié des évènements ont été observés à Moscou (31 soit 52% au total) et presqu'un quart à Irkoutsk (13 soit 22% au total). 6 évènements (10% au total) ont été observés à Novossibirsk, 4 à Saint-Pétersbourg (6%), un à Kazan et un autre à Nijni-Novgorod (respectivement 2%). Reste 4 évènements observés en ligne, soit 6% au total.

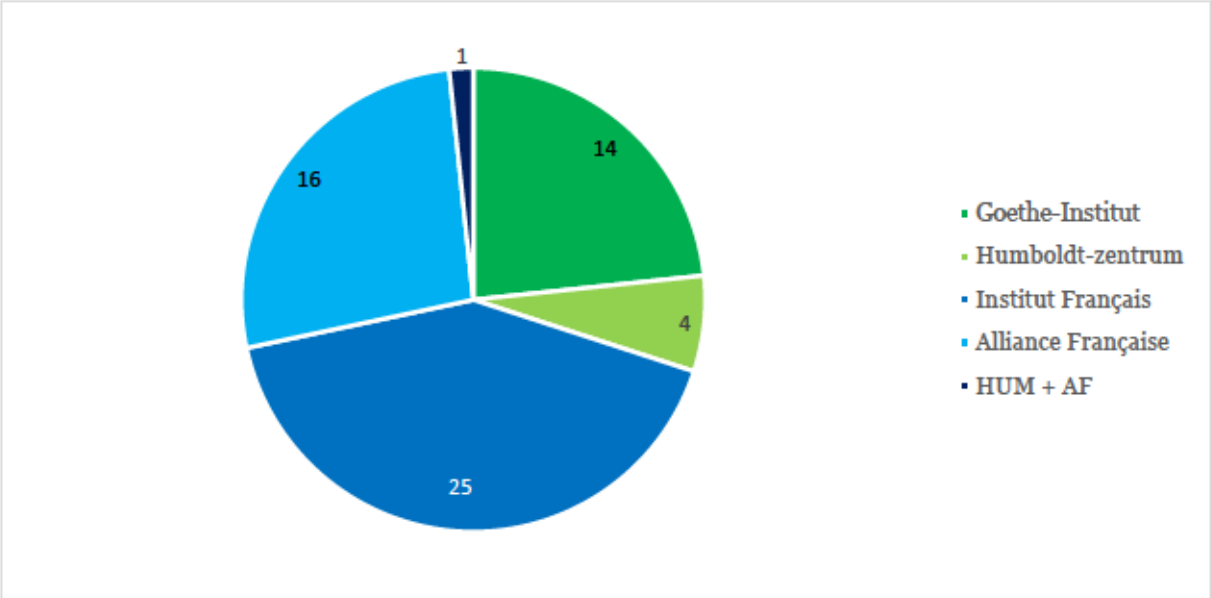
Figure 6 Évènements culturels observés selon le séjour et le lieu de recherche



Les instituts culturels concernés par les évènements observés sont les trois Goethe-Instituts sur le territoire russe (14 évènements soit 23,3% des évènements observés) et

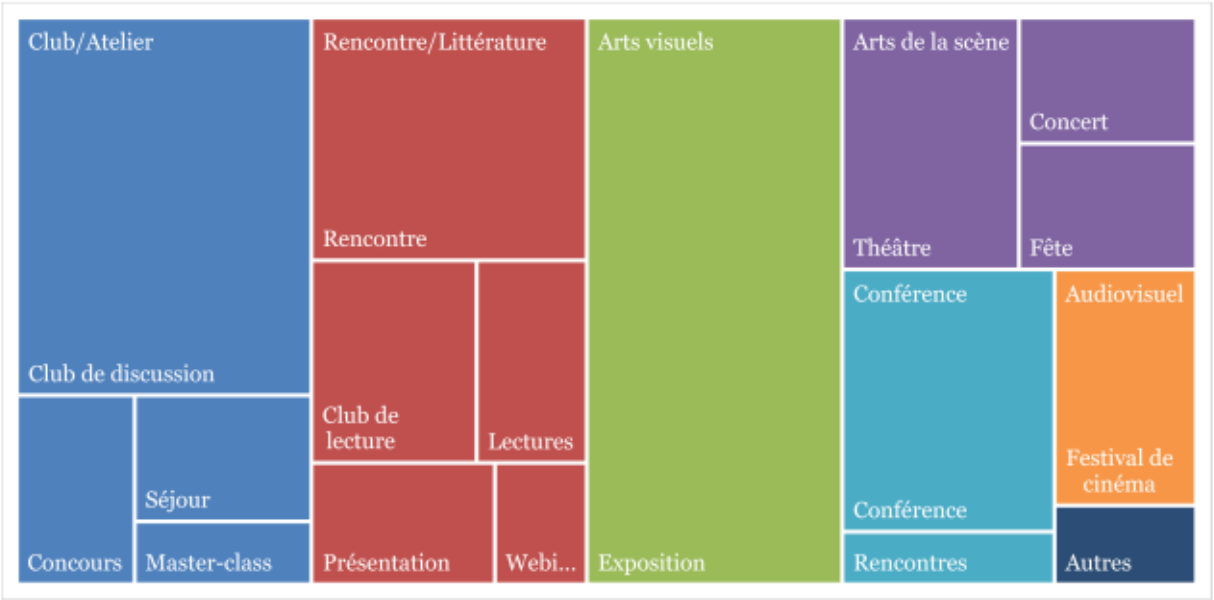
le Humboldt-Zentrum (4 soit 6,7%) du côté allemand ainsi que les deux antennes de l'Institut Français de Russie (25 évènements soit 41,7% au total) et les Alliances Françaises (16 évènements soit 26,7% au total) du côté français. Enfin un évènement organisé conjointement par l'Alliance Française d'Irkoutsk et le Humboldt-Zentrum a été observé. Si les différents Goethe-Instituts, les Instituts Français et les Alliances Françaises partagent une identité commune, leurs offres culturelles sont cependant déclinées selon les villes dans lesquelles ils se situent.

Figure 7 Évènements culturels observés selon les instituts



Enfin, concernant les disciplines artistiques et/ou culturelles des évènements, 15 évènements de la catégorie « club/atelier » ont été observés, soit 25% des évènements. Il s'agit avant tout de clubs de discussion (10), de concours (2), de séjours (2) et d'une master-class. 14 autres évènements (23,3%) s'apparentent à la catégorie « Rencontre/Littérature », dont des rencontres avec des intervenants de professions diverses (6), des clubs de lectures (3), des lectures à haute voix (2), des présentations (2) et un webinaire. 13 évènements, soit 21,7% du total observé, tombent dans la catégorie « arts visuels », il s'agit ici uniquement d'expositions. 8 évènements, soit 15% des évènements observés appartiennent à la catégorie « arts de la scène », dont des représentations de théâtre (4), des concerts (2) et des fêtes (2). 6 autres évènements correspondent à la catégorie « Conférences », soit 10%. Il s'agit de conférences (5) et de rencontres entre les professionnels de la culture (1). 3 évènements (5%) passent dans la catégorie « Audiovisuel », ce sont ici des festivals de cinéma. Enfin, l'évènement « la nuit des idées 2021 » observé en ligne ne peut être inclus dans aucune catégorie puisqu'il combine des arts de la scène, des rencontres, de l'audiovisuel, des conférences, voir même des ateliers.

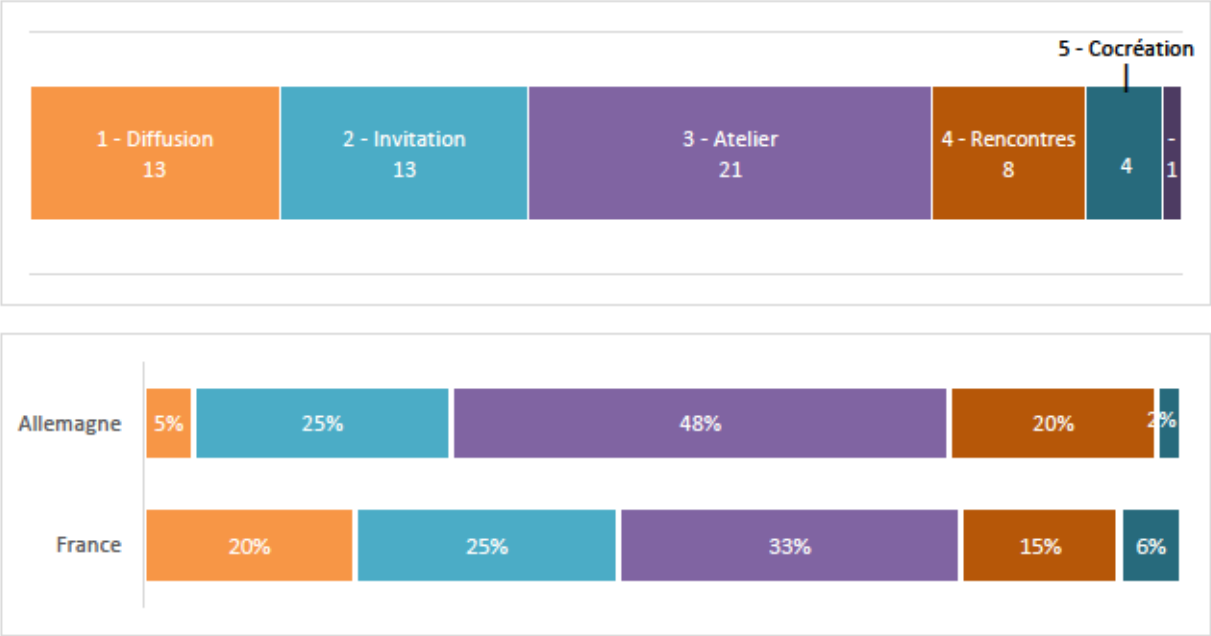
Figure 8 Évènements culturels observés selon la catégorie d'évènements



En ce qui concerne les types de médiations, 21 évènements tombent dans le type 3 « atelier », soit 35% du total observé. Il s'agit avant tout des évènements de la catégorie « club/atelier » mais aussi de certaines rencontres. Le type 1 « diffusion » et le type 2 « invitation » contiennent tous les deux 13 évènements observés soit 21,7 %. Le premier s'apparente particulièrement aux expositions, mais contient/comporte aussi un festival de cinéma et une lecture. Le second type est très divers et est lié à certains types de rencontres mais aussi à des conférences, des concerts, des festivals de cinéma, des fêtes et une présentation. Hormis la catégorie « arts visuels », les cinq autres catégories mentionnées plus haut y sont représentées. Le type de médiation 4 « rencontres » a été relevé dans 8 manifestations culturelles, soit 13,3% du total observé. Il s'agit de rencontres et de conférences. Le type de médiation 5 « cocréation » apparait dans 4 évènements observés soit 6,7% du total. Ils appartiennent à la catégorie des arts visuels et des arts de la scène. Enfin, la nuit des idées mélange plusieurs types de médiation et n'est donc placée dans aucun des types définis ici.

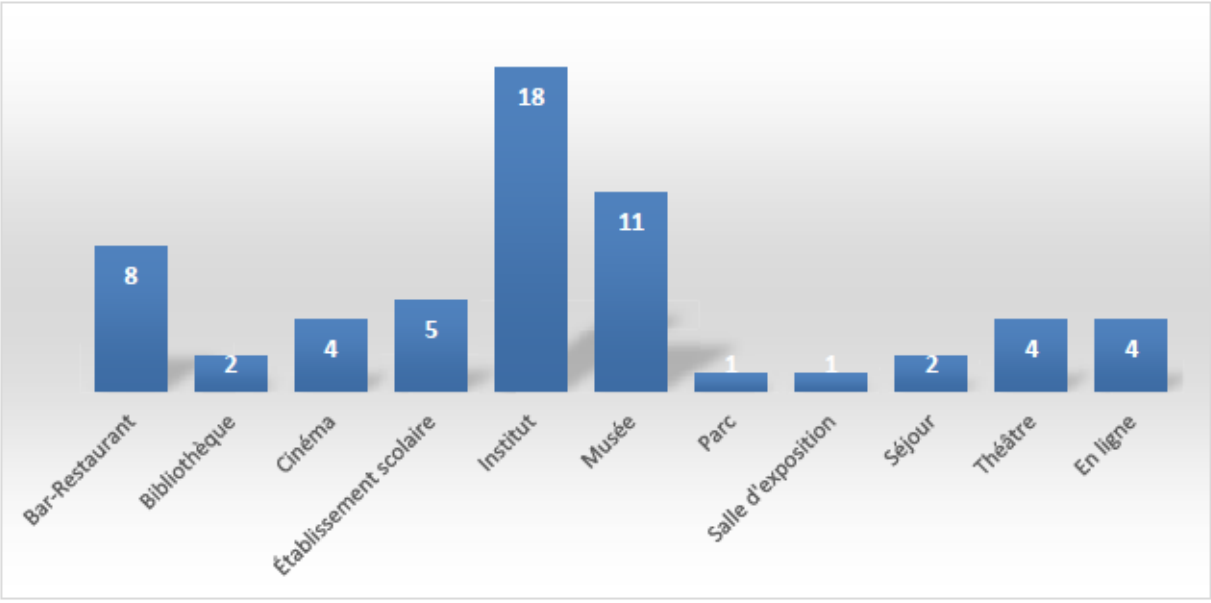
À ce niveau il existe quelques différences entre les évènements culturels et artistiques coproduits par les instituts culturels de l'Allemagne ou de la France. Côté français les types médiation n°1 et n°2 représentent 45% des évènements observés, tandis qu'ils constituent 30% des évènements du côté allemand. Le type de médiation n°3 représente 33% des évènements observés côté français et 48% du côté allemand. Enfin les types n°4 et n°5 représentent 22% des deux côtés.

Figure 9 Évènements culturels observés selon le type de médiation



Les lieux dans lesquels se sont déroulés les évènements culturels observés sont variés. 18 évènements ont été observés au sein des instituts culturels mêmes, soit 30% du total observé. Viennent ensuite les musées (11, soit 18,3% du total), les bars/restaurants (8, soit 13,3 % au total), les établissement scolaires (5, soit 8,3% au total), les cinémas et les théâtres (tous les deux 4, soit respectivement 6,7% au total), les bibliothèques et les séjours (tous les deux 2, soit respectivement 3,3% au total) ainsi qu'un parc et une salle d'exposition. Enfin 4 évènements (6,7%) ont été observés en ligne.

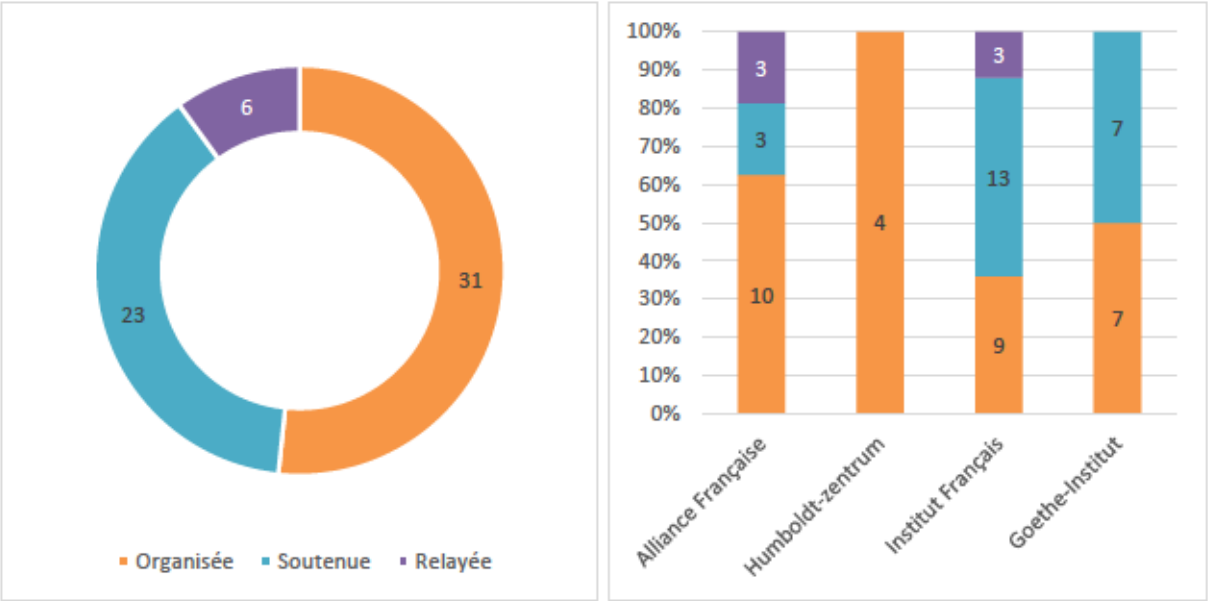
Figure 10 Évènements culturels observés selon le lieu de déroulement



Enfin, nous faisons la distinction ici entre les évènements (co)organisés, soutenus ou seulement relayés médiatiquement par les instituts culturels. Plus de la moitié des évènements observés ont été effectivement (co)organisés par les instituts culturels (31, soit 52% au total). Plus du tiers ont été soutenus financièrement ou matériellement par les instituts (23, soit 38% au total). Enfin 10% des évènements observés ont simplement été relayés par les instituts culturels.

En fonction des instituts culturels le rapport entre manifestions (co)organisées, soutenues et relayées est variable. Ainsi, pour ce qui est des plus petits instituts culturels tels que les Alliances Françaises et le Humboldt-Zentrum, il s'agissait avant tout d'évènements coorganisés dans respectivement 63% et 100% des cas. Chez les Instituts Français et les Goethe-Instituts ce n'était le cas que dans respectivement 36% et 50% des cas. Ici, les évènements étaient surtout soutenus par les instituts dans respectivement 52% et 50% des cas. Du côté français 6 évènements culturels observés (15% des évènements coproduits par les instituts culturels de la France) ont été relayés par ses instituts culturels contre 0 du côté allemand.

Figure 11 Évènements culturels observés selon le rôle de l'institut



Ainsi, il est possible de voir ici la variété des évènements observés et proposés par les instituts culturels : ils se déroulent dans des lieux différents avec des disciplines artistiques et culturelles diverses et des types de médiations variés. Enfin, le rôle des instituts culturels peut-être différent selon les évènements : il peut être (co)organisateur, soutenir l'évènement ou simplement le relayer.

Toutefois, il existe des déséquilibres dans les observations. Plus de la moitié des évènements ont été observés à Moscou et les manifestations proposées par les instituts culturels français ont plus été observés que ceux des instituts culturels allemands dans un rapport d'environ deux tiers-un tiers. Ces déséquilibres proviennent du fait que,

d'une part, les instituts culturels de l'Allemagne avaient proposés moins d'évènements culturels que ceux de la France pendant les séjours de recherches (notamment au niveau des expositions), et, d'autre part, elles sont liées aux capacités financières et humaines limitées de l'auteur de cette thèse à pouvoir se déplacer sur tout le territoire russe : ainsi, une majeure partie des évènements ont lieu dans la capitale. Il en résulte néanmoins un panorama intéressant des évènements en lien avec les instituts culturels de l'Allemagne et de la France auxquels il est possible d'assister en Russie.

Nous parlons ici des caractéristiques des évènements culturels et artistiques observés sans faire de distinction – dans un premier temps – entre les manifestations organisées par les instituts allemand ou français. Ils ont en effet quelque chose de très similaire dans leurs caractéristiques qui vont être étudiées maintenant.

1.1.2. Prix

Une des premières caractéristiques des évènements culturels et artistiques coproduits par les instituts culturels de l'Allemagne et de la France en Russie est d'être accessible financièrement. 70% des évènements observés étaient gratuits. 20% des évènements coutaient moins de 500 roubles (RUB), ce qui représentait 6,5 euros (EUR) à l'époque . 5% des billets se situaient entre 500 et 1000 RUB (13 EUR). Enfin, ce qui coutait relativement cher étaient les séjours au lac Baïkal : 60.000 RUB (environ 780 EUR) pour un séjour linguistique d'une semaine proposé par l'alliance français et 5.000 RUB (environ 65 EUR) pour un weekend de trois jours proposé par le Humboldt-Zentrum. Il s'agit là de prix raisonnables pour la qualité du service proposé, mais néanmoins peu accessibles à toute la population d'Irkoutsk dont le salaire brut moyen était de 51 733 RUB (750 EUR) par mois en 2018 . Enfin la pièce « Oncle Vania » au théâtre des nations de Moscou était particulièrement chère puisqu'elle a couté 4000 RUB (environ 52 EUR) pour les places les moins confortables. La population moscovite, en revanche, gagne plus d'argent qu'à Irkoutsk avec un salaire brut moyen de 79 100 RUB (1 130 RUB) par mois en 2018 soit un revenu 1,5 fois plus élevé qu'à Irkoutsk. Ce rapport au prix est souligné par un participant vis-à-vis des programmes d'échanges proposés par Campus France lors d'une soirée de présentation de ces programmes à l'Alliance Française de Novossibirsk :

> « Il y a cependant des réticences par rapport au prix. Un participant fait la remarque que les 700€ demandés valent plus d'un mois de salaire à Novossibirsk. » (3.41 [805:961])

1.1.3. Lieu et temps

Que dire sur les lieux en plus de ce qui a été indiqué dans le récapitulatif ? À partir des notes d'observations faites lors des évènements culturels, nous pouvons y ajouter des informations concernant l'endroit, la qualité et la taille des lieux. Selon les saisons, les manifestions peuvent se dérouler à l'intérieur des bâtiments ou en plein air, ce

dernier format n'échappant pas aux aléas du temps. Les manifestations réalisées à l'extérieur ont malheureusement souffert de la pluie (3.26 [1213:1263] ;3.28 [807:842]& [887:958]) et du froid (3.24 [2433:2448]& [2950:2984]). Enfin des gênes acoustiques ont été observées pour une conférence en plein air (3.24 [2450:2471]). Certains lieux sont plus éloignés du centre-ville que d'autres. Le Goethe-Institut de Moscou est situé par exemple en périphérie du centre de Moscou tandis que l'Institut Français se trouve dans le cercle intérieur.

Pour ce qui est de la qualité des lieux où sont organisés les évènements : en dehors des instituts culturels eux-mêmes, ce sont souvent des établissements prestigieux ou relativement connus (3.22 [1715:1739]; 3.27 [1147:1197]). Ce genre de lieu attire déjà du public par le seul fait que l'évènement se passe à cet endroit (3.22 [1740:1774]). Dans un des lieux où s'est déroulé un évènement, un manque de matériel a été dénoté (3.40 [1188:1259]).

Au niveau de la taille des lieux : ils varient entre de grandes salles d'expositions à de petits espaces. Par exemple, la nuit des idées 2021 s'est déroulée en ligne dans le monde entier (3.60 [627:678]). La taille du lieu est surtout dénotée dans le cadre d'expositions [17] ou elle semble jouer un rôle important. Les grandes expositions peuvent occuper de nombreuses salles (3.27 [1000:1050] ; 3.37 [652:702]). Les expositions de taille moyenne ou petite sont présentées dans une salle du musée ou du centre culturel (3.4 [945:1000], 3.22 [1027:1077], 3.43 [339:372]). Enfin, l'ordre d'apparition est important, les expositions peuvent être présentées au hall d'entrée (3.43 [374:424]) comme au dernier étage (3.42 [691:754]).

Au niveau du temps et de la durée de l'évènement : il existe plusieurs paramètres. En dehors des expositions qui peuvent durer des mois, certains évènements se déroulent sur plusieurs jours (3.30 [602:616] ; 3.46 [816:847]&[975:1099] ; 3.60 [615:626]), d'autres durent seulement 30 minutes (3.20 [724:793] ; 3.55 [724:756]). Certains évènements sont ponctuels, d'autres sont réguliers et peuvent être toutes les semaines (3.9 [300:414] ; 3.10 [301:362] ; 3.14 [527:679] ; 3.49 [938:975]) ou tous les mois (3.3 [511:556] ; 3.12 [398:460] ; 3.15 [429:497]). Même s'il y a des évènements en pleine journée, le soir est privilégié. Certains évènements se déroulent jusque très tard dans la nuit (3.33 [834:883] ; 3.60 [854:868]).

Ainsi, en termes de lieux et de temps les divers évènements culturels et artistiques coproduits par l'Allemagne et la France en Russie diffèrent à tel point qu'il n'est pas possible de dégager une caractéristique spécifique qui les lieraient entre eux. En revanche, ce qui est commun aux évènements, c'est l'association entre un institut et un partenaire culturel. Ce dernier sert bien souvent de lieu. Environ 3/4 des évènements

[17] Exception 3.26 [448:484] et 3.51 [2424:2500]

culturels ont été coproduits avec un partenaire culturel. Dans 62% des cas, il s'agissait d'un partenaire local qui proposait aussi ses locaux pour accueillir l'évènement.

1.1.4. Communication

En termes de communication les évènements culturels et artistiques coproduits par les instituts culturels de l'Allemagne et de la France en Russie se déroulent souvent dans le cadre d'un projet plus global (3.13 [546:608] ; 3.20 [633:723] ; 3.22 [869:1004] ; 3.24 [751:820]) ou avec d'autres expositions dans le cas des arts visuels (3.7 [637:741] ; 3.22 [1489:1667]). Un lieu ou un projet plus global permet certes d'attirer plus de personnes (3.22 [1740:1774]), le problème reste que l'évènement culturel ou l'exposition coproduit par l'institut doit se démarquer du lot :

> « Le musée en soi possède déjà une très riche collection d'œuvres contemporaines. L'exposition soutenue par l'Institut français ne représentait qu'une toute petite partie du musée. » (3.22 [1489:1667])

Ceci pose donc la question de la visibilité de l'évènement ou de l'exposition. Certaines expositions apparaissent en première et on un « effet immédiat » (3.5 [756:778]). D'autres évènements manquent clairement de visibilité (3.9 [802:899]) et ne laissent pas de traces sur internet (3.43 [663:759]). Toutefois, un des signes visibles qui caractérise la plupart des évènements est l'apparition du logo sur des flyers ou sur des affiches (3.17 [1388:1487] ; 3.36 [987:1075] ; 3.53 [1401:1472]), ceci permet de faire de la publicité pour l'institut.

1.1.5. Langue

La langue employée donne un côté spécifique à ce genre d'évènements. Bien souvent l'évènement se passe dans la langue du pays représenté par l'institut c.à.d. en allemand (3.3 [2320:2339] ; 3.9 [771:800] ; 3.16 [398:431]&[617:702] ; 3.46 [564:644] ; 3.50 [775:792] ; 3.51 [926:957]) ou en français (3.21 [447:507] ; 3.23 [556:580] ; 3.29 [447:478] ; 3.45 [942:1026]). Un évènement s'est fait simultanément en allemand et en français (3.53 [304:320]&[379:405]). La langue principale reste toutefois le russe (3.20 [1061:1089] ; 3.45 [1383:1425]), elle est parfois mélangée à l'allemand (3.31 [1099:1122]), au français (31 [1099:1122] ; 3.45 [1426:1457] ; 3.55 [1006:1322]&[1609:1737]) ou à l'anglais (3.5 [781:842]). Cette langue est aussi beaucoup usitée dans certains évènements (3.13 [889:963] ; 3.51 [796:847]). Les évènements permettent parfois un léger apprentissage de la langue (3.46 [714:759]&[2035:2065]).

Une caractéristique des évènements des instituts culturels est le recours à la traduction consécutive et/ou simultanée (3.2 [1169:1212] ; 3.11 [1099:1131] ; 3.13 [963:1016] ; 3.23 [1993:2037] ; 3.24 [2501:2543] ; 3.36 [673:707] ; 3.45 [849:941]&

[1027:1054]). La traduction écrite est aussi pratiquée (3.14 [1657:1700]). Elle peut même devenir un thème de la discussion :

> « Le lecteur [du club de lecture] pose des questions sur la traduction [du livre 'Tschick'] : la traduction n'est pas si évidente. Le livre est traduit de manière neutre en russe, épuré de ses mots « vulgaires », du registre « de jeune ». [...] Le groupe admet qu'on accepte moins ce registre dans la littérature russe, surtout si elle s'adresse à des adolescents. » (3.3. [1098:1295]&[1296:1415])

Il n'y a parfois pas de traduction ou cette dernière peut être de mauvaise qualité (3.4 [1224:1288]). Toutefois la langue reste une barrière surmontable (3.14 [2243:2358] ; 3.53 [1329:1372]). Un visiteur d'un évènement proposé par l'Institut Français de Saint-Pétersbourg a même déclaré :

> « Nous n'avons pas besoin de médiation. Nous comprenons la culture française sans avoir à parler la langue. C'est déjà ancré dans notre âme. » (3.21 [1176:1335])

Il a aussi été relevé dans un des évènements que la langue « renforce un effet de communauté » (3.46 [1537:1610]), dans un autre qu'elle « permet de créer [un] espace sécurisé » (3.3 [2374:2441]). On peut y utiliser un registre plus familier que dans sa langue maternelle (3.3 [654:741]).

1.1.6. Support

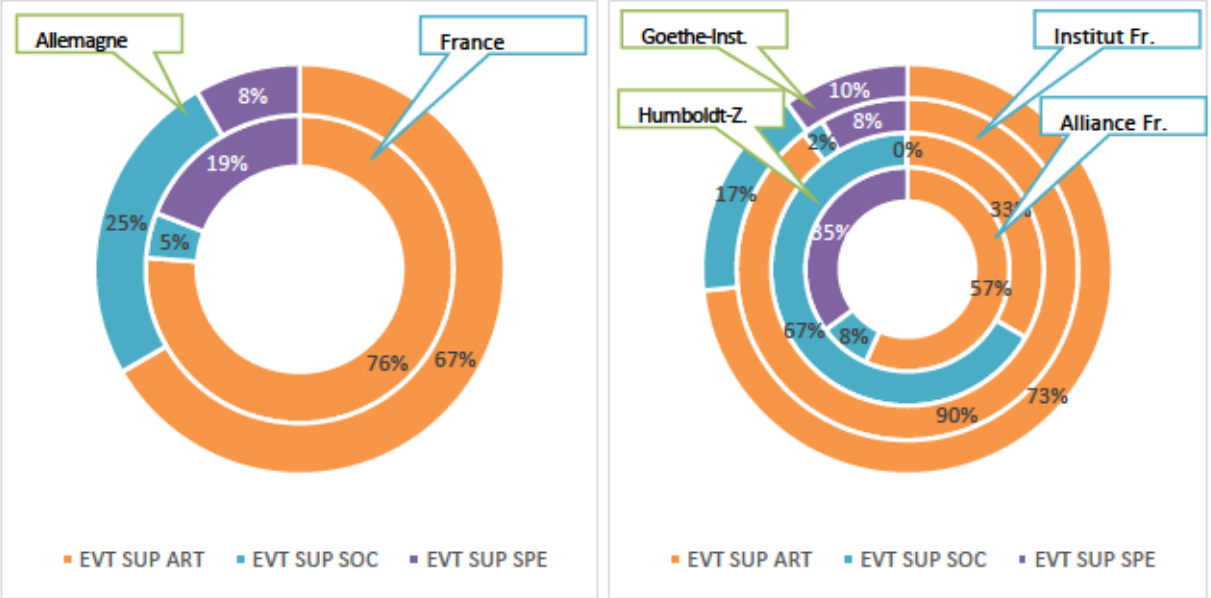
La question du support (code : EVT-SUP) vient en complément des catégories abordées plus haut. Il s'agit de savoir sur quel fond, avec quel matériel, sur quel format se déroule l'évènement. Cela peut-être par exemple une brocante, des concours, des jeux, de la musique, de la peinture, des vidéos etc. Les différents supports sont divisés en trois catégories : artistiques (code : EVT-SUP-ART), sociétaux (code : EVT-SUP-SOC) et spécifiques (code : EVT-SUP-SPE). Les supports artistiques sont eux-mêmes divisées en sous-catégories : « audiovisuel » (code : EVT-SUP-ART-AVI), « littérature » (code : EVT-SUP-ART-LIT), « arts visuels » (code : EVT-SUP-ART-VISU) et « spectacle vivant » (code : EVT-SUP-ART-VIV). Les supports sociétaux se présentent sous la forme d'activités culturelles non-artistiques comme par exemple une brocante (3.26 [709:800]), des jeux (3.9 [611:653] ; 3.46 [645:664]), une fête (3.26 [387:447]) etc. Enfin, les supports spécifiques sont ici avant tout éducationnel. Il s'agit de cours, de concours (3.51 [1441:1491]), de conférences (3.30 [575:649]), d'exposés (3.57 [808:822]), de présentations (3.19 [787:803] ; 3.24 [2678:2690] ; 3.54 [729:757]) etc.

Par un bref aperçu des supports relevés dans les notes d'observations des évènements culturels, il est possible de remarquer que ces derniers sont avant tout artistiques. Il s'agit de 67% des supports mentionnés dans les notes du côté allemand. Ce chiffre est de 76% du côté français. Pour le reste, 25% des supports mentionnés sont sociétaux lors des évènements proposés par les instituts culturels de l'Allemagne, et

seulement 5% pour ceux de la France. Les supports spécifiques représentent 8% des supports mentionnés du côté allemand et 19% du côté français.

Il est possible d'observer une différence notable selon les instituts concernant les supports artistiques relevés dans les notes. Pour ce qui est des Alliances Françaises et du Humboldt-Zentrum ce chiffre est moins élevé (33% et 57% respectivement), chez les Goethe-Instituts et les Instituts français il est en revanche très élevé (73% et 90% respectivement).

Figure 12 Supports relevés dans les évènements culturels



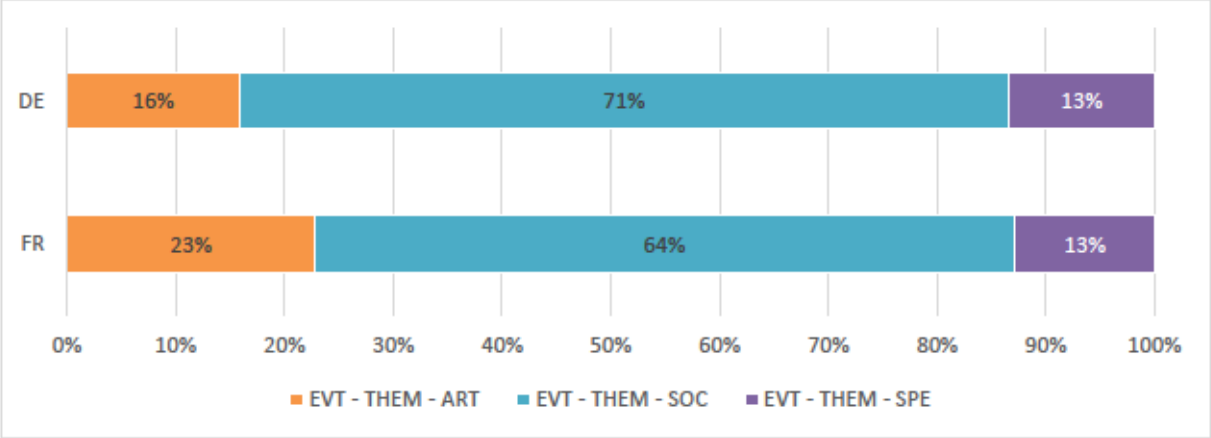
1.1.7. Thème

Les thèmes abordés dans les évènements culturels et artistiques (code : EVT-THEM) ont aussi été divisés en trois catégories. Il s'agit des mêmes catégories que pour les supports, c'est-à-dire les thèmes artistiques (code : EVT-THEM-ART), sociétaux (code : EVT-THEM-SOC) et spécifiques (code : EVT-THEM-SPE). Les thèmes sociétaux ont été regroupé en quatre sous-catégories : thèmes politiques (code : EVT-THEM-SOC-POL), sur la sexualité (code : EVT-THEM-SOC-SEX), sur les différents pays (code : EVT-THEM-SOC-PAY) – c.à.d. Allemagne, France, Russie – et des thèmes sur la vie quotidienne (code : EVT-THEM-SOC-VIE). La catégorie SPE est aussi divisé en deux groupes : thèmes sur l'éducation (code : EVT-THEM-SPE-EDU) et thèmes professionnels (code : EVT-THEM-SPE-PRO).

Ainsi ce sont les thèmes de société qui ont été les plus abordés dans les évènements culturels et artistiques. Ils représentent 71% des thèmes mentionnés dans les notes d'observation du côté allemand, ce chiffre est de 64% du côté français. Les thèmes artistiques représentent respectivement 16% et 23% des thèmes mentionnés lors des évènements culturels et artistiques proposés par les instituts culturels de l'Allemagne

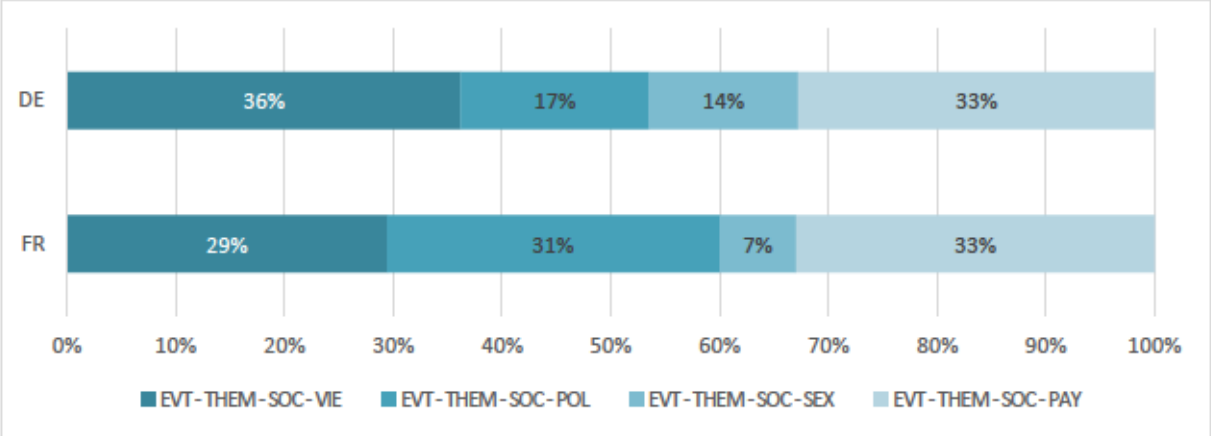
et la France. Enfin, il n'y a pas de différences pour ce qui est des thèmes spécifiques avec 13% des deux côtés.

Figure 13 Thèmes relevés dans les évènements culturels



Pour ce qui est des thèmes de sociétés abordés, il y a là des disparités entre les instituts culturels de l'Allemagne et ceux de la France, notamment en ce qui concerne les thèmes politiques : il s'agit de 31% des thèmes de société mentionnés dans les notes d'observation du côté des évènements proposés par les instituts culturels français et de 17% du côté allemand. La sous-catégorie EVT-THEM-SOC-VIE représente 29% chez les Français et 36% chez les Allemands. Les thèmes de sexualité ont été plus abordés du côté allemand que du côté français (14% pour 7%). Enfin, nous avons relevé dans les notes d'observation que les thèmes portant sur l'Allemagne/ la France, la Russie ou la Sibérie représente du côté allemand comme français 1/3 des thèmes de société mentionnés dans les notes d'observation.

Figure 14 Thèmes sociétaux relevés dans les évènements culturels



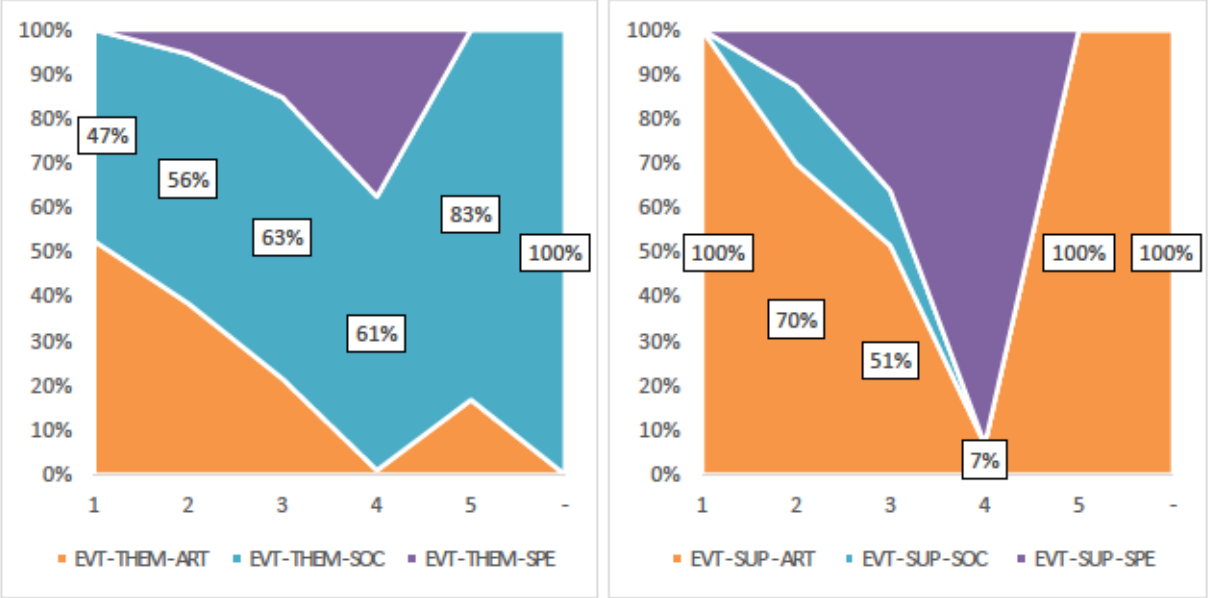
Le pays que représente l'institut n'est surement pas le facteur le plus significatif pour voir une différence notable dans les thèmes abordés. Au contraire, cela confirme, avec de légères disparités, que les évènements culturels et artistiques coproduits par les

instituts culturels des deux pays se ressemblent, tant par les supports utilisés que par les thèmes abordés.

En revanche, le type de médiation employée selon les évènements semblent être un facteur déterminant par rapport aux thèmes abordés. Si l'on compte cette fois non seulement les supports ou les thèmes mentionnés mais aussi la longueur de citation de ces mentions[18], alors les résultats varis de manière intéressante. Dans le type 1 « diffusion » 100% des supports relevés à partir des notes d'observation sont artistiques et 47% de la longueur des notes concernant les thèmes abordés sont des thèmes sociétaux (contre 53% – EVT-THEM-ART). Dans le second type « invitation », 70% des supports relevés sont artistiques (contre 17% – EVT-THEM-SOC et 13% – EVT-THEM-SPE) et 56% des thèmes sont sociétaux (contre 38% – EVT-THEM-ART et 6% – EVT-THEM-SPE). Dans le type 3 « Atelier », 51% de la longueur des notes d'observation concerne des supports artistiques (contre 12% – EVT-THEM-SOC et 36% – EVT-THEM-SPE), et 63% concerne des thèmes sociétaux (contre 25% – EVT-THEM-ART et 17% – EVT-THEM-SPE). Dans le type 4 « rencontres » la majorité des supports ne sont plus artistiques – ce derniers ne représentent que 7% des supports relevés – mais spécifiques avec 93%. Ceci ne déteint que légèrement sur les thèmes abordés : 61 % des thèmes relevés pour le type de médiation 4 étaient sociétaux (contre 38% – EVT-THEM-SPE et 1% – EVT-THEM-ART). Il est intéressant de constater que le type 5 « cocréation » présentent des supports 100% artistiques – comme dans le type de médiation n°1, les thèmes relevés dans les notes d'observations sont cependant dans 83% des cas sociétaux (contre 17% – EVT-THEM-ART). Ceci présente un schéma différent du type 1.

[18] Les résultats sont exprimés en fonction de la longueur des citations relevées dans le logiciel RQDA et pas seulement en fonction du nombre ! Ainsi la citation « Il y a eu des danses. » (3.51 [2539:2560] – code : EVT-SUP-ART-VIV-danses) compte pour 21 (caractères) et la citation « Un bal musette, de la valse. » 3.28 [577:606] – code : EVT-SUP-ART-VIV-danses) compte pour 28 (caractères).

Figure 15 Supports et thèmes relevés dans les évènements culturels en fonction du type de médiation par rapport à la longueur de citation



Dans les notes d'observation il est aussi possible de trouver des indications quant au choix des thèmes abordés (code : EVT-THEM-SUJ). Ces indications sont dans presque la moitié des cas en lien avec les clubs de discussion. Il y a deux « écoles » à ce niveau : certains clubs de discussion préparent les thèmes à l'avance (3.25 [476:578] ; 3.52 [1444:1588]), mais permettent des déviations lors de la conversation (3.52 [1369:1410]). Chez d'autres clubs les conversations sont libres et le sujet n'est pas prédéfini à l'avance (3.29 [401:446]&[479:499] ; 3.50 [422:456]). Dans une note d'observation, le pour et le contre de la seconde variante y est pesé :

> « Les avantages de ce format sont le discours libre et spontané ainsi que des rapprochements plus forts avec tel ou tel participant. Les désavantages sont liés au fait qu'il n'y a pas vraiment de sujet à approfondir et le temps de parole est parfois déséquilibré. L'autre problème est lié à la séparation en petit groupe, il n'y a finalement pas de sujet commun. » (3.50 [874:1234])

1.1.8. Interprétation des caractéristiques des évènements

Ainsi il est possible de ressortir quelques caractéristiques générales des évènements culturels et artistiques coproduits par les instituts culturels de l'Allemagne et de la France en Russie à partir des notes observations. Tout d'abord, ils ont généralement un prix abordable, voire sont gratuits. Si le lieu et le moment et la durée des évènements varient énormément, ces derniers sont supportés dans la majorité des cas par un partenaire local qui sert aussi de lieu. Les évènements culturels de l'institut se distinguent par une identité visuelle commune avec le logo de l'institut. La langue du pays que représente l'institut est souvent utilisée. Ceci ne pose généralement pas de problème à un public non francophone/germanophone grâce aux différentes traductions proposées ou au fait qu'il n'est pas toujours nécessaire de comprendre la

langue pour saisir le sens d'une œuvre. De plus, parler allemand ou français apporte aux locuteurs une sensation d'appartenir à un groupe à part.

Enfin, le support est généralement artistique mais les thèmes abordés sont sociétaux. Cette conclusion est primordiale, puisque le côté artistique de l'évènement est souvent un prétexte pour aborder des sujets de société qui touchent l'Allemagne, la France mais surtout la Russie. Ce phénomène est renforcé selon le type de médiation. Le type 1, le plus simpliste, semble apporter moins de réflexions sur les problèmes sociaux, c'est plutôt le support artistique qui apparait aux participants. Le type 5, le plus complexe, n'aborde que des sujets de société plus approfondis :

> « La performance d'Olga Tsvetkova et Philippe Quesne est étrange. Il s'agit d'un dialogue de sourd entre une taupe sur un toit de Paris et un fantôme sur un toit de Saint-Pétersbourg. Cela représente aussi l'impossibilité, l'improbabilité de la rencontre. » (3.60 [1395:1649])

1.2. RÉSULTATS II – CARACTÉRISTIQUES DU PUBLIC

Les observations réalisées au sujet du public ne s'arrêtent pas à compter le nombre de personnes présentes aux évènements, il s'agit aussi de connaitre leurs caractéristiques en termes d'âge, de genre, de niveau de langue, de couleur politique ou de fréquentation. Nous analysons ici également les modalités des échanges au sein du public lors des évènements à partir des notes d'observation. Il s'agit de connaitre la nature de ces échanges et les liens créés entre les participants. Il est également pertinent d'analyser les modalités des discussions lors des évènements et les espaces de liberté que ces derniers construisent. Les échanges entre le public et les intervenants sont analysés dans le chapitre 3 de cette partie.

1.2.1. Nombre

Des 60 évènements culturels observés, le nombre du public a pu être estimé dans 77% des cas. La moyenne se situe aux alentours de 67 personnes. Cependant la médiane est de 25 personnes. Dans 30% des évènements culturels observés où il a été possible de relever le nombre de personnes (soit 14 évènements) il y avait moins de 10 personnes. Dans 26% des cas (12 évènements), il y avait entre 10 et 25 personnes. 22% des évènements (10 évènements) avaient entre 25 et 100 personnes et 22% (10 évènements) en avaient plus de 100. La plupart des évènements culturels se passent donc en « petit comité » (3.3 [2101:2133] ; 3.12 [903:1009] ; 3.15 [901:985] ; 3.16 [851:920] ; 3.18 [3147:3186] ; 3.46 [468:505] ; 3.48 [942:1011] ; 3.49 [976:1000] ; 3.51 [1766:1842] ; 3.52 [1323:1338]).

Le terme de « petit comité » ne signifie pas toujours un manque de participants. Ceci est dénoté dans quelques observations seulement : soit dans l'absolu (3.48 [1229:1255]), soit par rapport à la salle, lorsqu'elle n'est pas pleine (3.17 [864:916] ; 3.31 [898:927] ; 3.36 [800:828]), soit par rapport à l'évènement précédent (3.2

[1486:1565]). L'inverse est plus fréquent. Il a été relevé dans les notes qu'il y avait parfois « beaucoup » de personnes (3.16 [725:765] ; 3.17 [816:862] ; 3.28 [843:886] ; 3.32 [845:930] ; 3.36 [828:891] ; 3.37 [1048:1072]), que la « salle était comble » (3.2 [1046:1072] ; 3.18 [2404:2427] ; 3.19 [1134:1269] ; 3.20 [1272:1294] ; 3.21 [605:623] ; 3.30 [1724:1746] ; 3.33 [759:787] ; 3.34 [801:822] ; 3.53 [977:1040] ; 3.55 [1488:1527]) ou qu'il y avait plus de personnes qu'au dernier évènement (3.45 [1718:1754]). Le sentiment d'avoir beaucoup ou peu de public nait donc plus d'une impression que d'un chiffre. L'évènement n°17 a été le plus fréquenté avec 700 personnes mais, n'ayant pas fait salle comble, il a pu laisser une impression d'un manque de public.

Un public trop nombreux n'est pas toujours souhaité. Cela dépend fortement de la catégorie et du type d'évènement. Ceci est notamment vrai pour les clubs/ateliers. En moyenne 12 personnes étaient présentes pour cette catégorie d'évènement. Un trop grand nombre de personne pour ce genre d'évènement peut s'avérer chaotique :

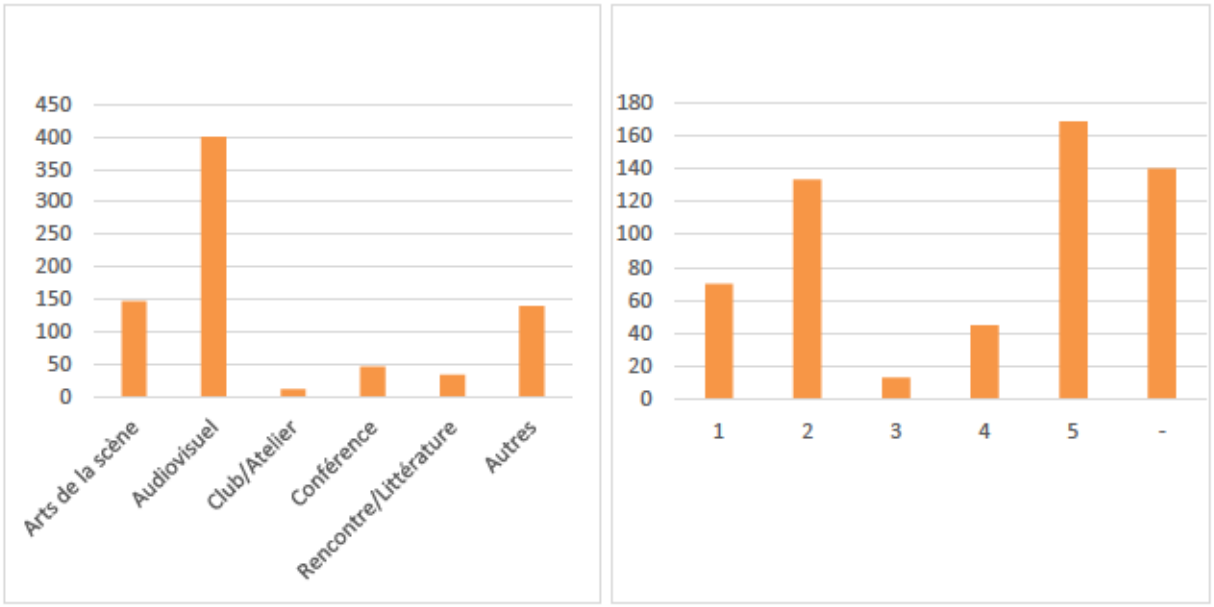
> « Benoit [cf. un des animateurs de l'atelier cuisine] m'a expliqué que la dernière fois la master-class était plus chaotique car il y avait plus de participants. » (3.45 [1640:1754]).

De manière générale l'audiovisuel et les arts de la scène attirent plus de personnes avec respectivement 400 et 148 personnes en moyenne. Bien qu'il ne fût pas possible de chiffrer le nombre de visiteurs aux expositions, les arts visuels peuvent aussi attirer un grand nombre de monde (3.37 [1048:1072]). Enfin le nombre de participants lors des rencontres et des conférences peut varier. Il est cependant préférable d'avoir un nombre restreint lors des rencontres afin d'être en contact avec l'invité.

> « La disposition de la salle rendait difficile le contact avec le réalisateur. Il était difficile de pouvoir poser des questions à cause du nombre de spectateurs » (3.17 [1228:1387]).

Enfin, le type de médiation n°1 « diffusion » attire en moyenne 70 personnes, le type n°2 « invitation » 133, le type n°3 « atelier » 13, le type n°4 « rencontres » 45 et le type n°5 « cocréation » 168. Ces chiffres seront intéressants par la suite pour analyser la portée des évènements culturels en fonction du type de médiation.

Figure 16 Moyenne de participants en fonction de la catégorie de l'évènement culturel et du type de médiation



1.2.2. Type

Surement plus pertinent que le nombre de participants, c'est le type de public assistant aux différents évènements culturels qui est intéressant ici.

1.2.2.1. Age

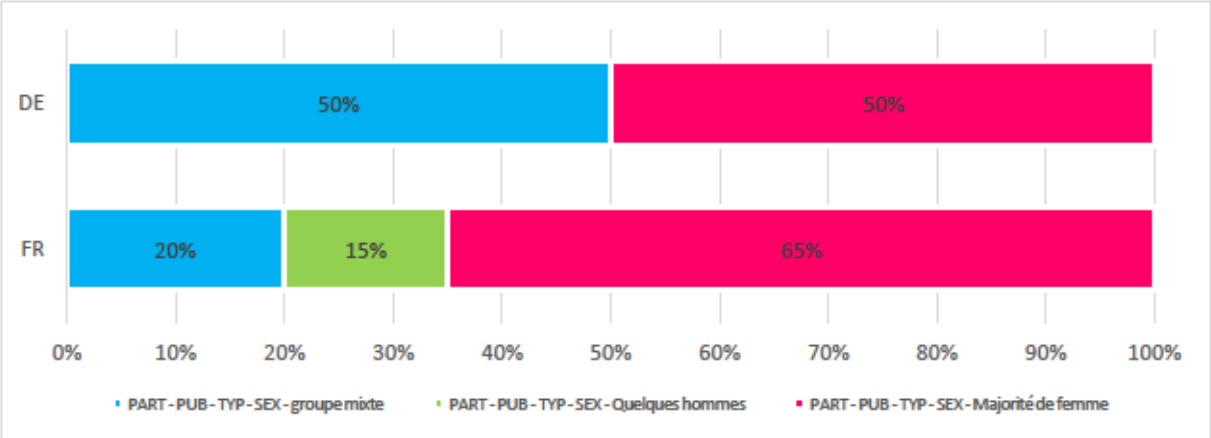
Tout d'abord, les évènements culturels attirent en général tout type d'âge (3.16 [767:850] ; 3.19 [1270:1325] ; 3.32 [931:988] ; 3.36 [892:937]). Certains s'adressent en partie aux enfants (3.8 [517:556] ; 3.26 [801:853]& [1451:1472] ; 3.28 [644:661] ; 3.57 [1073:1095]). Il s'agit entre autres de fêtes ou d'évènements familiaux (3.8 [484:516] ; 3.26 [1425:1449]). Certains évènements culturels attirent des personnes âgées (3.53 [1243:1265]) où elles peuvent être parfois en majorité (3.9 [954:1037] ; 3.20 [1035:1059]&[1295:1313] ; 3.52 [1000:1028]). Il s'agit le plus souvent de clubs de conversation ou de lectures. Les évènements culturels peuvent aussi attirer une tranche d'âge intermédiaire entre 40 et 65 (3.38 [884:911] ; 3.45 [1126:1145] ; 3.49 [1010:1019]&[1030:1036]), ainsi qu'entre 30 et 40 ans (3.19 [1326:1400] ; 3.24 [2583:2606]). Les 40-65 ans sont plutôt majoritaires dans les clubs/atelier et les séjours, les 30-40 ans le sont plutôt dans le cadre de conférences ou de rencontres. La tranche d'âge la plus présente reste celle des jeunes adultes qui ont entre 18 et 30 ans voire 18 et 25 ans. Ils sont présents (3.9 [1038:1064]) et majoritaires dans la plupart des évènements (3.3 [2051:2099] ; 15 [985:1047] ; 3.21 [677:696] ; 33 [788:819] ; 3.37 [1074:1080] ; 3.39 [635:675] ; 3.41 [661:689] ; 3.47 [1391:1416] ; 3.53 [1160:1205] ; 3.56 [326:418]). Cette catégorie d'âge est particulièrement bien représentée lors de concerts, d'évènements éducatifs, et dans certains clubs de discussions.

1.2.2.2. Genre

Au niveau des genres représentés au sein du public, il existe des déséquilibres, notamment par une surreprésentation de la gent féminine (3.2 [1107:1151] ; 3.3 [2051:2100] ; 3.9 [1065:1094] ; 3.11 [913:987] ; 3.14 [1778:1806] ; 3.15 [985:1047] ; 3.17 [919:952] ; 3.18 [2428:2464] ; 3.23 [1970:1992] ; 3.24 [2545:2581] ; 3.39 [635:675] ; 3.41 [615:659] ; 3.45 [1077:1125] ; 3.47 [1345:1391] ; 3.48 [1013:1051] ; 3.49 [1001:1055] ; 3.52 [1000:1049] ; 3.53 [1160:1205]). Cette surreprésentation peut varier d'une légère majorité (3.18 [2428:2464]) à 90% des participants (3.11 [913:987]). Dans les notes d'observations, il est fait mention de « quelques hommes » (3.47 [1416:1463] ; 3.49 [1021:1029] ; 3.53 [1206:1242]), ces derniers ne sont jamais en majorité. Enfin, il existe des évènements où les genres sont à peu près équilibrés (3.9 [1095:1127] ; 3.12 [1125:1153] ; 3.16 [767:850] ; 3.19 [1270:1325] ; 3.21 [699:728] ; 3.32 [931:988] ; 3.36 [892:937] ; 3.37 [1082:1096]).

Cette surreprésentation de la gent féminine est surtout vraie pour les instituts culturels de la France en Russie et un peu plus nuancée pour ceux de l'Allemagne. 80% des notes d'observations concernant le genre du public dénotent une majorité de femmes dans le cas français. Chez les Allemands il s'agit de 50%, l'autre moitié des observations fait part d'un public mixte.

Figure 17 Genre représenté en fonction du pays de l'institut



1.2.2.3. Niveau de langue et nationalité

Le niveau de langue du public, c'est-à-dire l'allemand dans le cas des instituts culturels de l'Allemagne et du français chez ceux de la France, voire du russe dans le cas d'échanges avec des Allemands ou Français, peut varier (3.16 [812:849] ; 3.38 [973:1046][19]). Hormis pour certains clubs de discussions (3.49 [366:409]), il n'est jamais un critère d'accessibilité aux évènements. Certains participants ont un niveau débutant (CECR A1-A2[20]) (3.45 [1148:1210] ; 3.47 [1549:1614] ; 3.49 [366:409]),

[19] Pour certains français c'était aussi la première fois qu'ils venaient en Russie (3.38 [1047:1130]).
[20] Cadre Européen Commun de Référence pour les langues (CECR)

d'autres ont un bon niveau (CECR B1+) (3.9 [1157:1189] ; 3.49 [1057:1098] ; 3.56 [584:638]).

En termes de nationalité, la plupart des participants sont des Russes qui parlent la langue du pays représenté par l'institut culturel (3.2 [978:1006]&[1213:1252] ; 3.4 [1134:1223] ; 3.14 [681:706] ; 3.29 [695:705] ; 3.38 [871:883]). Cela peut être lié au fait que certains sont déjà allés dans le pays (3.41 [717:803]). Parmi les participants, il y a cependant des expatriés (3.2 [1010:1042] ; 3.4 [1196:1211] ; 3.29 [709:722] ; 3.38 [550:563] ; 3.50 [1342:1451]& [832:870] ; 3.51 [2502:2537]). Parfois l'évènement semble même être adressé aux expatriés, notamment du côté français :

> « L'évènement suscite beaucoup d'intérêt pour les russes francophones et les français résidant en Russie » (3.2 [938:1042]). ; « L'exposition semble moins adressée à un public russe qu'à un public français/francophile » (3.4 [1134:1223]).

Si bien qu'il a semblé nécessaire lors d'une exposition de préciser qu'elle était bien adressée à un public russe.

> « Cette exposition permet toutefois de montrer au public russe un photographe français de renommée internationale. » (3.7 [1055:1168])

Bien souvent plusieurs nationalités se retrouvent et échangent ensemble (3.29 [688:789] ; 3.46 [1150:1324]).

1.2.2.4. Couleur politique

Les participants montrent aussi certaines « couleurs » politiques. Là aussi elles peuvent être différents selon le type d'évènement et l'institut. Hormis quelques cas où « le climat politique était un brin conservateur » (3.9 [1355:1399] ; 3.20 [1314:1355]), la plupart du temps les participants montrent plutôt des valeurs libérales avec une certaine ouverture d'esprit (3.12 [1653:1744]), un côté progressiste (3.18 [3289:3351]) voire alternatif (3.33 [820:835]), préoccupés par les questions écologiques (3.19 [1885:1983]).

1.2.2.5. Habitués ou néophytes

Parmi les participants, il y beaucoup d'habitués (3.2 [1254:1274] ; 3.9 [933:953] ; 3.10 [365:403] ; 3.12 [1011:1078] ; 3.53 [1060:1160]&[1473:1544]). Ils sont notamment présents dans les clubs de discussion, les clubs de lecture et les rencontres. Certains clubs s'adressent particulièrement à ses habitués :

> « Le groupe, même s'il est ouvert à tous, est plus tourné vers ses habitués » (3.9 [1401:1474])

D'un autre côté certaines nouvelles personnes viennent s'ajouter aux différents clubs (3.10 [404:426] ; 3.12 [1079:1123]). Le phénomène d'habitués permet aux participants de « mieux jouer le jeu » (3.10 [555:598]) ou de continuer à échanger

même une fois que l'évènement est officiellement terminé (3.25 [697:770] ; 3.29 [565:622]).

1.2.2.6. Public spécialisé

Le public présent aux évènements culturels est souvent un public large. Toutefois certains évènements ont un public plutôt spécialisé. Tout d'abord, la population estudiantine y est beaucoup représentée (3.2 [1152:1167] ; 3.3 [2051:2100] ; 3.15 [985:1047] ; 3.26 [1474:1537] ; 3.29 [790:817] ; 3.41 [661:689] ; 3.47 [1264:1343] ; 3.54 [925:938]), voire scolaire (56 [326:418]). Il a aussi été relevé dans les notes d'observation qu'il y a des « connaisseurs » et des « passionnés » en matière culturelle et en ce qui concerne le pays (3.2 [1388:1444]&[1446:1484] ; 3.21 [543:582]). Enfin il existe des spécialistes dans le secteur culturel au sein du public (3.30 [1792:1827]), des éditrices (3.11 [988:1034]), des archivistes (3.13 [1098:1177]).

1.2.3. Modalités des échanges entre les participants

Après avoir observé le nombre et le type de participants présents lors des évènements culturels et artistique, il semble maintenant pertinent de voir comment ils interagissent entre eux. La plupart des échanges entre participants observés sont en lien avec la catégorie « club/atelier » ou l'on retrouve les clubs de discussions, les clubs de lectures, les master-class ou les séjours[21]. En guise d'exceptions, des remarques sur les échanges entre participants ont été relevés lors du festival de cinéma allemand (évènement n°18) de la soirée de poésie (évènement n°53) et lors de la nuit des idées 2020 (évènement n°60). Ce dernier évènement en ligne servait toutefois à indiquer qu'aucun échange avec les autres participants n'était possible sous ce format (3.60 [1949:1982]).

1.2.3.1. Nature des échanges et liens créés entre les participants

Les évènements culturels et artistiques peuvent amener en premier lieu à un échange interculturel (3.52 [1105:1152]) : entre allemands et russes (3.46 [1325:1390]) ou entre français et russes (3.38 [740:809]) lorsque qu'il y a des participants venant des différents pays. Les évènements culturels et artistiques peuvent aussi aboutir à un échange intergénérationnel entre jeunes et moins jeunes (3.52 [1153:1175]&[1176:1267]).

Les évènements culturels et artistiques permettent également de créer des liens entre les participants. Cela peut commencer par le simple fait de « faire connaissance » (3.38 [911:972]), passer par des étapes de rapprochements (3.46 [1667:1719] ; 3.50 [936:1004]) et des échanges de contact en fin d'évènements (3.46 [2250:2281]). Enfin, certaines amitiés sont nées de ces rencontres (3.46 [1766:1808]).

[21] Il s'agit des évènements n°3, n°9, n°12, n°16, n°38, n°45, n°46, n°50, n°52.

1.2.3.2. Modalités des discussions

Hormis pour les clubs de discussions ou le fait d'échanger entre participants est le but même de la rencontre, les évènements culturels et artistiques peuvent amener à des conversations entre les participants (3.45 [1517:1550]). Parmi les modalités des discussions, elles peuvent être « libres et spontanées » (3.50 [874:935]). L'idéal est de donner la parole à tous (3.16 [921:953]) et que tout le monde s'écoute (3.53 [1373:1399]). Il arrive toutefois qu'il y ait des temps de parole déséquilibré (3.50 [1088:1135]) avec, par exemple, un participant trop bavard (3.12 [1433:1558]). Dans un club de discussion il s'est produit une séparation en petits groupes de manière quasiment naturelle en fonction de la position des participants sur la table (3.50 [457:609]&[1136:1193]). Dans un évènement des mésententes culturelles ont été relevées (3.38 [1542:1730]), non pas entre les participants eux-mêmes, mais avec les serveuses du restaurant :

> « Il y a quelques mésententes culturelles au moment du repas. Notamment sur le choix des plats et au moment de l'addition. Les Français ne laissent pas (ou peu) de pourboires, ce qui agace les serveuses » (3.38 [1542:1730]).

1.2.3.3. Création d'espaces de liberté

Un des objectifs évoqués par les acteurs des politiques culturelles de l'Allemagne est de créer ce qu'ils appellent des « Freiräume » (2.40 [1186:1246]). Nous avons traduit ce terme ici par « espaces de liberté ». Il est en effet possible de retrouver dans les notes d'observation des aperçus de ces espaces de liberté : les évènements proposent des « zones de réflexion » (3.2 [1750:1797] ; 3.3 [2260:2317] ; 3.18 [3213:3257]), des « lieux d'expression » (3.3 [2209:2256]) ou des « espaces sécurisés » (3.3 [2415:2440]) en termes de liberté d'expression. Il s'agit aussi d'« espaces d'échanges d'idées » (3.9 [731:770] ;(3.46 [1633:1666] ; 3.52 [1269:1322]) mais aussi de créativité (3.53 [321:378]) et de convivialité avec, par exemple, un repas en commun (3.45 [1459:1516]).

1.2.4. Interprétations des caractéristiques du public

Il s'agit donc d'un public à taille humaine : il est généralement volontairement restreint dans le cadre de clubs, de rencontres ou d'ateliers, afin que les échanges soient plus intensifs. Dans une volonté de « diffusion » de la culture (type de médiation n°1) un public plus large est recherché. Cependant c'est dans le type n°5 « cocréation » que la plus haute moyenne de participants est atteinte.

Le type de public est généralement un public de jeunes étudiants et majoritairement de sexe féminin. À ce niveau, ce serait plutôt la mixité des genres qui serait souhaitable. Enfin, il s'agit souvent d'un public d'habitué déjà convaincu par des valeurs libérales ainsi que de l'intérêt de parler la langue et de connaitre la culture du pays représenté par l'institut.

Au niveau des échanges entre les participants, ces derniers ne sont pas seulement interculturels mais peuvent aussi être intergénérationnels. Les participants ont la possibilité de rencontrer de nouvelles connaissances voire de se lier d'amitié avec d'autres personnes. Dans l'idéal, les discussions qui suivent les évènements sont libres, le temps de parole est équilibré et tout le monde s'écoute. Toutefois il arrive parfois que les participants se séparent en petits groupes et que le temps de parole soit déséquilibré. Enfin, certains évènements créent des espaces de liberté d'expression où réflexions, créativité et convivialité sont de mise.

1.3. RÉSULTATS III – IMPRESSIONS LAISSÉES PAR LES ÉVÈNEMENTS CULTURELS

Plus que les caractéristiques des évènements culturels ou du public les fréquentant, ce sont les impressions laissées par ces évènements sur les participants qui semblent les plus pertinentes à étudier pour répondre à la question de l'impact des évènements culturels auprès du public. À partir des notes d'observation, deux catégories ont été relevées au niveau des impressions laissées par les manifestations culturelles. Il s'agit tout d'abord des émotions véhiculées lors de l'évènement, puis de tout ce qui tourne autour des changements de représentations du monde.

1.3.1. Émotions véhiculées

Les émotions véhiculées par les évènements culturels et artistiques coproduits par les instituts culturels de l'Allemagne et de la France en Russie relevées dans les notes d'observation ont été regroupées en deux sous-catégories : la première concerne ce que s'apparente à l'atmosphère générale, la seconde ce qui relève des réactions du public. Les différentes émotions relevées ont été ensuite classifiées « négatives », « neutres », « positives » ou « très positives ».

1.3.1.1. Atmosphère générale

Au premier abord, les évènements culturels semblent véhiculer des émotions positives, voire très positives avec un total de 64% des émotions relevées dans les notes d'observations. L'évènement crée une ambiance positive : elle peut être « agréable » (3.27 [1085:1109]), « amicale » (3.29 [657:687]), « bon enfant » (3.45 [1356:1382]), « bonne » (3.51 [2073:2099] ; 3.53 [1290:1310]), « chaleureuse » (3.28 [1244:1295]), « conviviale » (3.03 [2139:2162] ; 3.09 [1129:1154] ; 3.12 [1396:1431] ; 3.46 [1439:1458]& [1611:1632] ; 3.50 [846:872]), « décontractée » (3.57 [1324:1362]), « détendue » (3.44 [636:661]), « divertissante » (3.08 [413:453]), « drôle » (3.55 [1403:1421]), « familiale » (3.26 [1385:1424] ; 3.28 [1028:1066] ; 3.53 [1311:1327]), « joviale » (3.38 [2071:2108]), « légère » (3.11 [1166:1212]), « sympathique » (3.49 [904:937]) etc. Parmi les émotions très positives il est fait mention d'un « cadre idéal » (3.24 [2412:2431] ; 3.46 [1418:1438]), d'un « moment fort [...], riche en émotions »

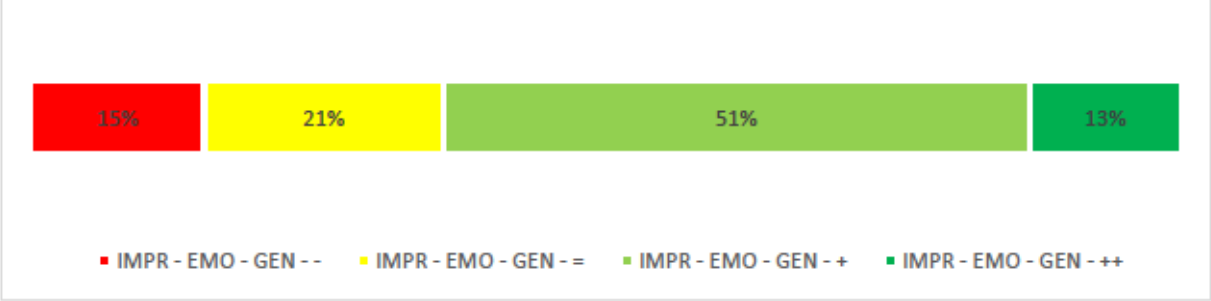
(3.53 [1900:1965]&[2030:2050]) qui laisse un « bon souvenir » (3.53 [1966:1999]). L'évènement culturel peut amener parfois jusqu'à l' « euphorie » (3.53 [2000:2029]), avec une « résonance » (3.21 [626:676]), voire avec une « fusion » (3.21 [799:887]) entre les participants, portée par une « énergie commune » (3.53 [1966:1999]).

Les émotions neutres dégagées par l'atmosphère générale de l'évènement représentent 21% de la totalité des émotions mentionnées dans les notes d'observation. Il est fait mention d'un cadre « institutionnel » (3.20 [1325:1356]), « officiel » (3.13 [1176:1241]), « scolaire » (3.25 [663:696] ; 3.39 [710:740] ; 3.40 [1142:1188] ; 3.44 [662:690] ; 3.57 [1212:1258]) ou « universitaire » (3.36 [938:986]) qui se ressentait lors de la manifestation. Les termes un peu flous de « minimaliste » et « contemporain » (3.35 [1073:1101]&[1102:1123]) ont aussi été employés pour désigner un évènement. Enfin, le but peut être parfois de recréer une certaine ambiance du pays représenté :

> **« Le but était de recréer une ambiance de Montmartre tel qu'on se le représente à Nijni-Novgorod. » (3.28 [677:772])**

Pour finir, certaines émotions issues de l'ambiance générale peuvent être négatives : cela représente 15% des émotions relevées à partir des notes d'observation. Il est tout d'abord question de lenteurs, notamment de l' « ennui » (3.18 [3103:3146]), de la « mélancolie » (3.55 [1422:1453]), des « temps morts » (3.16 [1124:1168]) et un moment « sans énergie commune » (3.60 [1917:1948]). Dans un second temps l'atmosphère peut être « sombre » (3.22 [1079:1129]), « étrange » (3.60 [1395:1458]) ou « chaotique » (3.45 [1640:1717]). Enfin, une ambiance « compétitive » (3.51 [2041:2071]) a été mentionnée dans un des évènements.

Figure 18 Ambiance générale et émotions véhiculées lors de l'évènement



1.3.1.2. Réactions du public

Les émotions du public relevées dans les notes d'observation sont mitigées : 58% sont considérées comme positives et 42% négatives. Il peut s'agir premièrement d'un public qui semble avoir « apprécié » l'évènement (3.6 [1096:1134] ; 3.45 [1600:1639] ; 3.49 [1476:1573]). Il peut également être question d'un public « captivé » (3.53 [1267:1288]), qui semble « fasciné » (3.23 [2422:2459]), « inspiré » (3.23 [2422:2459]), « intéressé » (3.2 [939:977] ; 3.41 [691:716]), « intrigué » (3.28

[960:1027]), « ravi » (3.34 [824:920]) voire « transcendé » (3.33 [885:959]) par ce dernier. La notion de « succès » d'un évènement y est aussi évoquée (3.57 [1363:1386]). Les émotions positives s'expriment aussi par le rire (3.32 [1529:1573]) ou par une « énergie commune » (3.53 [1776:1808]). Il est fait mention d'un public « heureux de participer » (3.28 [1067:1108]), d'un projet qui « fait forte impression» (3.23 [2038:2123]) ainsi que de « grandes attentes » du public vis-à-vis de l'évènement (3.30 [1747:1842]). Enfin, un évènement qui a fait une bonne impression a tendance à attirer des personnes pour les prochaines rencontres :

> « Certains souhaitent venir au club de discussion du Humboldt-Zentrum qui a lieu toutes les semaines. » (3.46 [1809:1909])

Des promesses qui ne sont pas toujours tenues :

> « Certains participants viennent la semaine suivante au club de discussion, mais pas tous ceux qui s'y étaient engagés. » (3.46 [2283:2401])

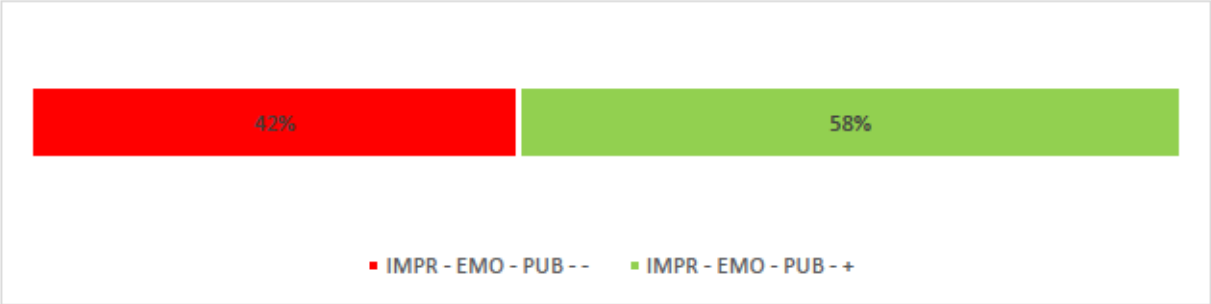
Parmi les émotions négatives il a été relevé d'un côté de l' « ennui » (3.57 [1260:1323]), un « manque d'enthousiasme » (3.56 [541:582]), de « mauvaises réactions [parce que le film était ennuyeux] » (3.18 [3028:3102]), « pas de dynamique » (3.24 [2911:2949]), « peu de retour » (3.31 [959:993]) et un public « sans grands emballements » (3.54 [939:1048]), « intéressé que par une partie de l'évènement » (3.57 [1097:1178]). Dans un cas, ceci s'explique par le fait que les participants étaient « épuisés par le voyage et le décalage horaire » (3.38 [1805:1888]). En outre, il est aussi question du « désespoir » (3.30 [2223:2289]), du « fatalisme » (3.50 [1452:1581]), d'un public « frustré » (3.23 [2460:2528]) vis-à-vis de ce qui se passe dans son pays par rapport à l'Europe occidentale. Cela peut se rapporter aux salaires (3.41 [805:961]), parfois la « plainte » est directement adressée aux instituts culturels :

> « Une participante de Rostov sur le Don s'est plainte que les centres culturels étrangers se concentrent avant tout sur les métropoles de Moscou et de Saint-Pétersbourg. Ils ont rétorqué qu'ils ne peuvent pas avoir les yeux partout, mais qu'ils sont aussi ouverts aux régions. » (3.30 [1948:2223])

Un évènement a même provoqué une manifestation de quelques russes conservateurs contre ce dernier :

> « À la sortie du bâtiment, une très petite manifestation de 3-4 personnes avait lieu contre ce genre de manifestation : 'L'Allemagne et les autres pays libéraux nous pervertissent' disaient-elles. » (3.32 [1618:1813])

Figure 19 Émotions du public



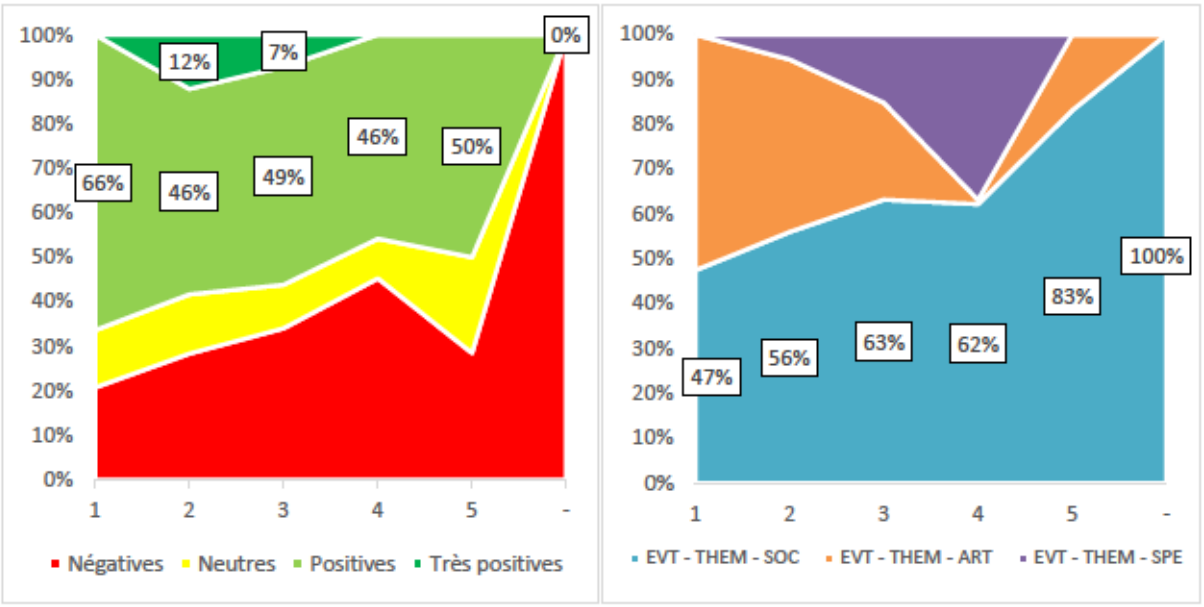
1.3.1.3. Types de médiation et émotions

En prenant maintenant non plus seulement les mentions mais la longueur des citations concernant les émotions positives, neutres ou négatives du public et de l'atmosphère générale en fonction du type de médiation, il est possible d'observer que les émotions positives diminue plus le type de médiation est complexe. Dans le type de médiation 1 « diffusion » 2/3 des émotions relevées en fonction de la longueur étaient positives, le reste était négatif ou neutre. Dans le type de médiation 2 « invitation » ce chiffre passe à 58%. Dans le type de médiation 3 « atelier », ce chiffre diminue légèrement avec 56% puis il passe à 46 % dans le type de médiation 4 « rencontres ». Avec le type de médiation 5 « cocréation », le nombre d'émotions positives atteint 50% de la totalité des émotions relevées en fonction de la longueur des citations. En prenant seulement le nombre de citation, sans prendre en compte la longueur de ces dernières, les émotions positives relevées atteignent seulement 1/3 de la totalité des émotions relevées dans le type de méditation 5.

Pour autant, émotions négatives ne riment pas toujours avec un évènement qui n'a pas été apprécié. Lorsqu'il s'agit d'ennui, d'un manque de dynamisme de la part du public, cela peut effectivement signifier que l'évènement n'a pas un grand succès. Toutefois des émotions négatives n'amènent pas forcément à déprécier l'évènement : une atmosphère sombre, étrange ou mélancolique peut être artistiquement intéressante. La frustration, le désespoir, le fatalisme sont plutôt le fruit de réflexions sur sa propre société qui ne sont pas toujours positives. D'ailleurs le nombre d'émotions négatives relevées est à mettre en parallèle avec la proportion de thèmes de société abordée[22].

[22] Voir 1.1.7. Thème

Figure 20 Émotions véhiculées en fonction du type de médiation et en comparaison avec les thèmes abordés



1.3.2. Changements de représentations du monde

Nous avons relevé dans les notes d'observation des éléments confirmant ou réfutant le fait que les évènements culturels participent à un changement des représentations du monde chez leurs participants. Ces éléments ont été regroupés en deux sous-catégories : il est tout d'abord question de l'image du pays et ensuite celui du partage de valeurs.

1.3.2.1. Thèmes en lien avec le pays

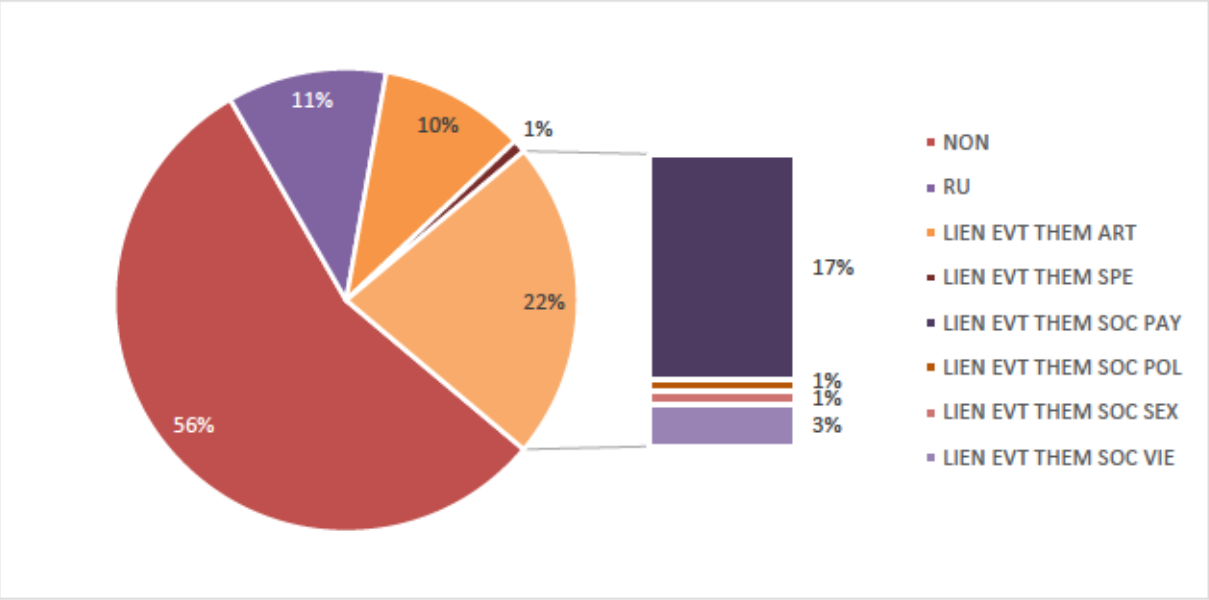
Dans les thèmes abordés lors des évènements culturels et artistiques, nous avons constaté que plus d'un tiers des thèmes sociétaux, qu'il s'agisse du côté allemand ou français présentait explicitement un aspect de l'Allemagne, la France ou la Russie. Sachant que 71% des thèmes mentionné du côté allemand et 64% du côté français portaient sur des thèmes de société, cela représente respectivement 23% et 21% des thèmes abordés. Toutefois, il est possible d'ajouter à ces chiffres des thèmes en rapport avec les arts du pays représentés par l'institut. Même schéma lorsque les thèmes éducationnels, professionnels et de société ont un lien direct ou indirect avec le pays. Puisque c'est l'image de l'Allemagne ou de la France qui nous intéresse ici, nous retirons aussi aux chiffres mentionnés plus haut les thèmes uniquement en lien avec la Russie.

Ainsi, parmi les thèmes abordés lors des évènements et relevés dans les notes d'observations 34% sont en lien avec le pays représenté par l'institut. 11% sont en lien avec la Russie et le reste (56%) sont des thèmes qui n'ont aucun lien – du moins direct – avec l'Allemagne, la France ou la Russie. 10% des thèmes abordés ont rapport avec les arts du pays représentés par l'institut, 1% avec des thèmes éducationnels et

professionnels et 22% avec des thèmes de société : dans 17% des thèmes abordés il a été sujet du pays en soi (c.à.d. de sa géographie, de sa population etc.). Pour le reste, il s'agit de questions de politiques, de sexualité et des parcours de vie au sein du pays représenté par l'institut. À part dans quelques cas donc – 17% au total – les évènements culturels et artistiques ne se résument pas à « dépeindre » le pays.

> « C'est donc la valeur artistique qui est importante, le projet ne doit pas forcément être en lien avec la France. » (3.05 [1008:1067]).

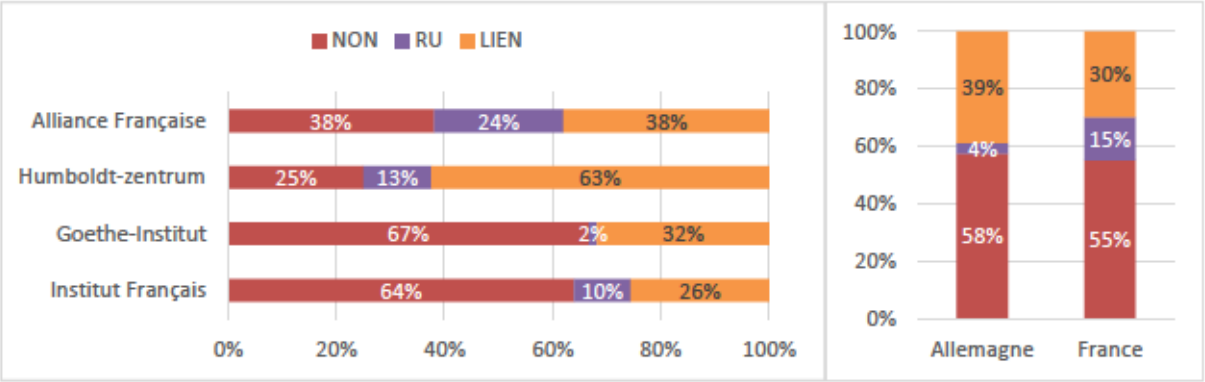
Figure 21 Thèmes en lien avec le pays



Il existe toutefois des différences selon les pays et les instituts. 30% des thèmes abordés par les instituts culturels de la France et mentionnés dans les notes d'observation étaient en lien avec le pays et 70% ne l'étaient pas. Chez les Allemands ces chiffres sont respectivement de 39% contre 61%. La présence du thème de la Russie se fait plus sentir dans les thèmes abordés par les instituts culturels de la France (15%) que de l'Allemagne (4%).

En termes de thèmes mentionnés, les Alliances Françaises et le Humboldt-Zentrum présentent des profils légèrement différents. Du côté du Humboldt-Zentrum 63% des thèmes mentionnés sont en lien avec l'Allemagne, chez les Alliances Françaises ce chiffre est de 38% en lien avec la France. La thématique de la Russie représente respectivement 13% et 24% des thèmes mentionnés. Le Goethe Institut et l'Institut Français ont des profils très similaires : environ deux tiers des thèmes mentionnés dans les notes d'observation ne sont pas en lien avec le pays représenté par l'institut. Les thèmes sur la Russie sont aussi peu mentionnés.

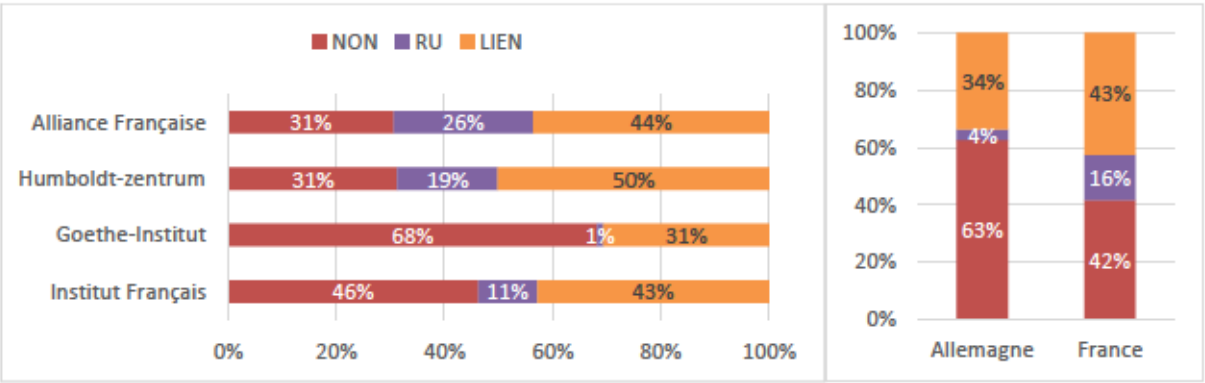
Figure 22 Thèmes abordés en lien avec le pays par rapport à l'institut culturel observé (nombre de mentions)



Si l'on prend maintenant non plus seulement le nombre de mentions mais la longueur de citations, les chiffres concernant les thèmes abordés en lien avec le pays sont bien différents. En fonction de la longueur de citation, 34% des thèmes abordés lors de évènements culturels et artistiques proposés par les instituts culturels de l'Allemagne étaient en lien avec le pays. Ce chiffre est de 43% du côté français. Chez les instituts culturels français seuls 42% des thèmes abordés lors de leurs évènements n'étaient ni en lien avec la France ou le Russie.

Par rapport à la longueur de citations les Alliances Françaises et le Humboldt Zentrum présentent cette fois un profil similaire : environ la moitié des thèmes abordés sont en lien avec le pays représenté par l'institut. En revanche, le Goethe-Institut et l'Institut Français semblent se démarquer avec respectivement 31% et 43% des thèmes abordés en lien avec l'Allemagne et la France. Du côté du Goethe-Institut 68% des thèmes abordés ne sont en lien ni avec le pays représenté par l'institut ni avec la Russie.

Figure 23 Thèmes abordés en lien avec le pays par rapport à l'institut culturel observé (longueur de citations)



Ainsi, par rapport au nombre de mentions, les instituts culturels de la France semblent aborder tout autant, voire moins, de thèmes en lien avec le pays qu'ils représentent que ceux de l'Allemagne. Par rapport à la longueur de citations le schéma s'inverse. Il est possible d'interpréter ces résultats de la manière suivante : si de manière quantitative les instituts culturels de la France abordent des thèmes variés et

pas obligatoirement en lien avec le pays, ils attirent plus l'attention sur les thèmes en lien avec la France. Ce n'est pas le cas du côté allemand.

1.3.2.2. Image détaillée du pays

Lorsque le pays est « présenté » (code : LIEN-SOC-PAY) lors d'un évènement culturel, il s'agit bien souvent d'un tour d'horizon sur différents aspects de ce dernier. Pour commencer ce tour, rien de mieux qu'une carte du pays (3.12 [548:697]) par laquelle la question suivante est posée :

> « Le fait que le lecteur indique l'endroit d'où il vient sur la carte de l'Allemagne ainsi que le lieu de l'action du texte participe-t-il a un enrichissement de l'image qu'ont les participants de l'Allemagne ? » (3.12 [1155:1362])

Viennent ensuite les lieux du pays (3.06 [1136:1173]), les activités (3.26 [854:947]), les coutumes (3.46 [794:814]&[1391:1417]&[2066:2113]), la cuisine (3.45 [635:847]), les images et représentations du pays (3.10 [521:553] ; 3.49 [797:881] ; 3.56 [455:506]), les langues (3.26 [948:970]&[1077:1130]), les minorités (3.15 [1049:1280]), la mode (3.07 [764:835] ; 3.17 [954:1018]), certains personnages célèbres (3.07 [836:929]) ou les vies simples de personnes du pays (3.15 [681:806]). En bref, il s'agit de montrer des éléments de la culture (3.31 [1036:1098]), voire de parvenir à recréer l'univers du pays (3.20 [1170:1237]).

La question de la « présentation » de l'Allemagne ou de la France amène inévitablement à la problématique des clichés qui sont associés aux pays. Il y a des « attentes » vis-à-vis de l'image du pays (3.01 [570:599] ; 3.28 [1439:1512]). Ces dernières sont parfois remplies par le côté « cliché » (3.01 [475:499] ; 3.28 [1109:1243]) ou « stéréotypé » (3.01 [600:630]) de certains évènements ou expositions qui reflètent une « image classique » du pays (3.17 [1021:1058]). D'autres, au contraire, tente de sortir du cliché (3.26 [1539:1633]). Toutefois, répondre à certaines attentes semblent nécessaires pour « faire aimer le pays » :

> « Certains aspects de la fête avaient quelque chose de très clichés : le bal-musette, les mimes, les dessins de monuments parisiens etc. [...] Le mari de la directrice de l'Alliance Française m'a fait remarquer que 'c'est comme ça qu'on fait aimer la France'. Les attentes des participants semblaient en tout cas avoir été remplies. » (3.28 [1109:1512])

Cependant « une vision idéale » du pays semble fausser les réalités sur ce dernier :

> « Elles [cf. les participantes retraitées] avaient une vision idéale du système de retraite en France et en Europe de l'Ouest, dans lequel le retraité peut s'épanouir librement dans ses activités sans se soucier des problèmes financiers. » (3.52 [1589:1790])

Si l'on compare ce qui a été présenté de la Sibérie aux français par l'Alliance Française d'Irkoutsk, on y retrouve des schémas similaires :

> « Pour certains c'est la première fois qu'ils sont en Russie et *a fortiori* en Sibérie. Le livre/film *'Dans les forêts de Sibérie'* a fait une bonne publicité au lac Baïkal en France, le Docteur Jivago aussi (mais plus vieux). Ces images de films sont confrontées à la réalité, mais aussi renforcées lors de la visite. Il y a un phénomène « carte de visite » lié à la visite guidée. Il s'agit de représentations touristiques un peu biaisées. Quelles vont être les images qu'ils ramèneront en France ? » (3.38 [1047:1541])

Ce tour d'horizon ne s'arrête pas à montrer le pays en lui-même mais aussi à présenter la production artistique du pays (code : LIEN-ART). Entre autres : architecture, auteurs connus (3.02 [1567:1616] ; 3.08 [454:483]&[658:707] ; 3.15 [498:680]&[1281:1405] ; 3.20 [1089:1169] ; 3.47 [936:1052]) ne venant pas toujours de l'Allemagne ou de la France, mais de régions francophones et germanophones (3.15 [601:636] ; 3.47 [936:1052]), mouvements artistiques du pays (3.4 [533:832]& [1001:1133]), musique (3.48 [526:550]&[526:550]&[1257:1343]) et poésie allemande ou française (3.44 [518:551] ; 3.49 [575:714]&[758:796] ; 3.53 [272:303]). Beaucoup des thèmes artistiques évoqués tournent autour des années 50-60 (3.4 [604:644] ; 3.6 [1225:1246] ; 3.7 [603:636] ; 3.15 [1562:1583]) ou 70 (3.18 [1063:1117]).

Enfin il a été évoqué des sujets de politiques culturelles du pays (3.23 [649:698]& [755:1824]), mais aussi de la Russie (3.30 [2290:2360] ; 3.59 [765:933]). Les participants ont aussi parlé des différents modes de vie selon les pays (3.15 [1476:1561] ; 3.46 [1459:1536] ; 3.52 [771:899]) ainsi que les mœurs du pays au niveau de la sexualité par exemple (3.32 [1734:1811]). Après la présentation d'un projet de théâtre français, un participant « rêve de faire la même chose en Russie » (3.23 [2124:2215]). Il semble cependant difficile de savoir à partir des notes d'observations si ce tour d'horizon et ces clichés du pays ont réellement pu changer l'image du pays au niveau du public (3.05 [1068:1180] ; 3.47 [1867:2010]) :

> « Une telle exposition ne fera pas, et ne part pas avec l'intention de changer l'image de la France aux visiteurs. Quant aux représentations du monde ... Elle présente une femme objet, poupée chinoise - objet de désir sexuel. » (3.5 [1068:1180])

1.3.2.3. Partage de valeurs

D'après les notes d'observation nous avons établi le fait que les thèmes de société étaient les sujets les plus abordés dans les évènements culturels. À cela, il nous faut maintenant retirer tout ce qui est directement en lien avec le pays représenté par l'institut (code : LIEN-OUI et LIEN-SOC-PAY) : c'est ce qui a été vu précédemment. Il ne s'agit pas de passer ici en revue les thèmes de société - et les valeurs qui lui sont associées - abordés pendant les évènements mais plutôt de voir ce que cela a provoqué chez les participants.

1.3.2.3.1. Valeur artistique

Bien souvent, c'est la « valeur artistique » de l'exposition ou de l'évènement qui est parfois mis en avant (3.5 [955:1005] ; 3.6 [1307:1346] ; 3.22 [1218:1256]&

[1668:1714] ; 3.27 [1085:1146] ; 3.34 [1013:1070] ; 3.42 [789:841]). On peut parler de techniques de dessin (3.57 [973:1018]), se poser des questions sur la photographie (3.06 [846:1073]) ou aborder un genre de littérature, comme l' « Antibildungsroman » (3.3 [843:1098]), lors de l'évènement. Mais, comme cela a été vu plus haut, même en abordant des sujets artistiques ou littéraire le sujet dérive très rapidement sur des thèmes de sociétés :

> « La conversation termine enfin sur quelques interrogations à propos de l'autorité des nouveaux auteurs populaires qui publient sur les réseaux sociaux des messages contre le Pouvoir. » (3.3 [1811:1992])

Le fait de ne pas toujours présenter uniquement et seulement son pays, mais aussi de faire un tour d'horizon artistique du monde entier (3.6 [1174:1224]) : avec par exemple les superhéros des comics américains (3.57 [587:807]), des motifs chinois et américains (3.5 [565:591]&[592:627]), a pour but de favoriser une certaine ouverture au monde. Les thèmes artistiques qui ne sont pas en lien avec le pays se résument à un discours de l'art pour l'art :

> « L'Institut Français soutient ce projet dans le but de présenter une artiste contemporaine française en Russie. C'est donc la valeur artistique qui est importante, le projet ne doit pas forcément être en lien avec la France. » (3.5 [955:1005])

Ce dernier reste bien souvent un discours de façade, même des thèmes « purement » artistiques amènent à des pistes de réflexions et à un partage de certaines valeurs comme l'autorité des écrivains ou l'ouverture au monde.

1.3.2.3.2. Discussions de comptoir

Pour ce qui est des sujets politiques (3.9 [1241:1275] ; 3.50 [646:723]&[1268:1341]), d'actualité (3.9 [1308:1353]) ou de société (3.12 [1560:1651]) qui ne sont pas directement en lien avec le pays représenté par l'institut, ils peuvent prendre parfois la forme de « discussions de comptoir » (3.50 [724:774]). Ils portent aussi sur des questions de moral (3.9 [1276:1305]) avec par exemple la dénazification (3.32 [1080:1156]), les commémorations (3.40 [656:679]), la protection de l'enfance (3.51 [1195:1272]). Plus récemment la pandémie et les évènements digitaux font aussi débats (3.59 [531:606]&[934:1087]). Les discours politiques, qu'ils soient de l'ambassadeur « officiel » du pays ou des ambassadeurs « officieux » formés des expatriés sont des invitations à « se défaire des frontières » (3.59 [1264:1289]), « revoir sa vision du monde » (3.59 [1193:1264]&[1340:1447]) et, au niveau « des perceptions de la ville par les habitants » (3.35 [1125:1256]), à « voir les changements positifs » (3.50 [1581:1693]) :

> « Les discussions autour de la politique de la ville étaient intéressantes. Il y avait à la table quelques Allemands et Autrichiens qui ont immigrés ici, il y a quelques années de cela. Tandis que les Russes ne voyaient aucun changement dans l'évolution de la ville et dressaient un bilan

> fataliste de la situation, les Allemands et Autrichiens ont remarqué de réels changements positifs, notamment du côté de l'infrastructure. Un Autrichien déclara même : 'pourquoi dois-je me faire l'avocat du diable et toujours défendre les politiques de la ville face aux russes ?'. » (3.50 [1268:1341])

1.3.2.3.3. Deux thèmes politiques mis en avant : écologie et égalité des genres

L'écologie est surement un des thèmes les plus abordé lors des évènements culturels (3.18 [1220:1269]&[2613:2688], 3.19 [549:644]&[845:870]&[974:1111]&[1442: 1691] ; 3.26 [1036:1062] ; 3.34 [706:766] ; 3.37 [621:651]&[738:809]& [978:1046]&[1097:1173]). Le but est bien souvent de faire le lien avec la situation écologique en Russie qui laisse à désirer. On y aborde par exemple le cas de Tchernobyl (3.37 [810:977]). Les évènements culturels en lien avec l'écologie sont donc une invitation à agir dans ce domaine en Russie :

> « L'intervention d''Energy observer' en Russie est très pertinente, puisqu'il s'agit d'un pays qui exporte du gaz et du pétrole et que dans le futur la Russie aura à s'adapter à la montée en puissance des énergies renouvelables comme l'hydrogène. » (3.19 [1442:1691])

Un autre thème souvent abordé est celui de l'égalité des genres, notamment sur la place de la femme dans la société (3.18 [1413:1483]&[2921:2993] ; 3.49 [1150:1296]&[1298:1391]), sur la remise en question de la masculinité virile (3.2 [1618:1686] ; 3.18 [606:764]& [3257:3288] ; 3.32 [628:676]&[1158:1261]) et sur l'homosexualité (3.02 [1687:1709] ; 3.32 [1317:1438]). Toutefois, les expositions ne se montrent pas toujours comme de ferventes défenseures de l'émancipation (3.5 [1218:1289] ; 3.7 [931:971]& [973:1053]). Toujours est-il que ce sujet amène à des réflexions sur ce qui se passe dans la société russe, mais aussi allemande et française :

> « L'analyse du poème dérive sur la position de la femme dans la société russe et les pressions qui lui sont faites, notamment sur l'aspect physique. La comparaison est faite avec la France : il s'agit d'une problématique pas uniquement russe. C'est un moment intéressant du club de discussion. » (3.49 [1150:1391])

Alors que les thèmes écologiques ont semblé faire consensus parmi les participants, l'égalité des genres a rencontré des réactions plus virulentes :

> « Une personne dans la salle fait un commentaire afin d'affirmer l'importance de la virilité pour un homme. Klaus Theweleit déconstruit cette thèse avec ironie. Un autre homme qui filmait la séance depuis le début pose la question : 'alors on doit tous devenir pédés selon vous ?'. Klaus Theweleit répondit avec 'et si c'était le cas, pourquoi cela vous dérangerait ?' ce qui provoqua un rire au niveau du public. L'homme se rassit et continua de filmer. À la sortie du bâtiment, une très petite manifestation de 3/4 personnes avait lieu contre ce genre de manifestation. 'L'Allemagne et les autres pays libéraux nous pervertissent' disaient-elles. » (3.32 [1158:1261])

1.3.2.3.4. Sens de la vie

Finalement, en dehors des thèmes en lien avec le pays représenté par l'institut, ce ne sont pas les thèmes artistiques et politiques qui sont le plus abordés. Ce ne sont pas non plus ces derniers qui semble le plus affecter les représentations de monde des

participants : ce sont les thèmes de la vie quotidienne. Il s'agit de tout ce qui se rapporte au couple (3.18 [1483:1550]&[1549:1627] ; 3.55 [760:790]), à son lieu de vie (3.16 [476:534]&[561:613]), à la famille (3.14 [720:975]&[1047:1656]). Ce dernier thème rappelle aux participants que « le système de solidarité au sein de la famille est plus important en Russie. » (3.52 [900:977]). Les participants ne cherchent pas seulement à avoir des éléments de comparaison mais à obtenir des avis extérieurs sur leur propre mode de vie :

> « Ils ont souhaité savoir comment j'appréciais la vie en Sibérie, la nourriture, la nature, les gens etc. » (3.54 [1154:1257])

Aborder la vie quotidienne au sein des évènements culturels amène à des réflexions plus profondes sur le sens de la vie (3.18 [1270:1344]&[2689:2920] ; 3.55 [845:1005]), le destin (3.31 [836:863]). On y parle de souvenirs d'enfance (3.2 [757:791]), de vie en autonomie (3.18 [1347:1412]) mais aussi de traumatisme (3.2 [794:915] ; 3.17 [1061:1156]), de parcours ratés (3.31 [766:801] ; 3.31 [725:766] ;), et de déclin moral (3.34 [646:705]). Les thématiques de la fin de vie (3.17 [1158:1193]&[538:584] ; 3.18 [1163:1218]) et du troisième âge (3.52 [404:643]) y sont également abordées. À ce sujet une participante lance une réflexion profonde sur ce que doit être la retraite, notamment en Russie :

> « Le club de discussion de l'Alliance Française aborde cette fois le thème du troisième âge. Une participante pose la question suivante : 'le 3ème âge en Russie doit-il être le temps d'épanouissement personnel ou le temps de la survie ?'. » (3.52 [404:643])

Ne nous arrêtons pas ici sur chaque thème de la vie quotidienne qui a été abordé lors des évènements culturels. Toutefois, il est possible de se demander si le fait d'avoir évoqué ces thèmes ont amené à un changement des représentations du monde pour les participants :

> « Une des questions posées a été de savoir si le fait de faire du théâtre en français a changé la façon dont les actrices se représentent le monde. Pas tant que ça répondent-elles. » (3.14 [2065:2242])

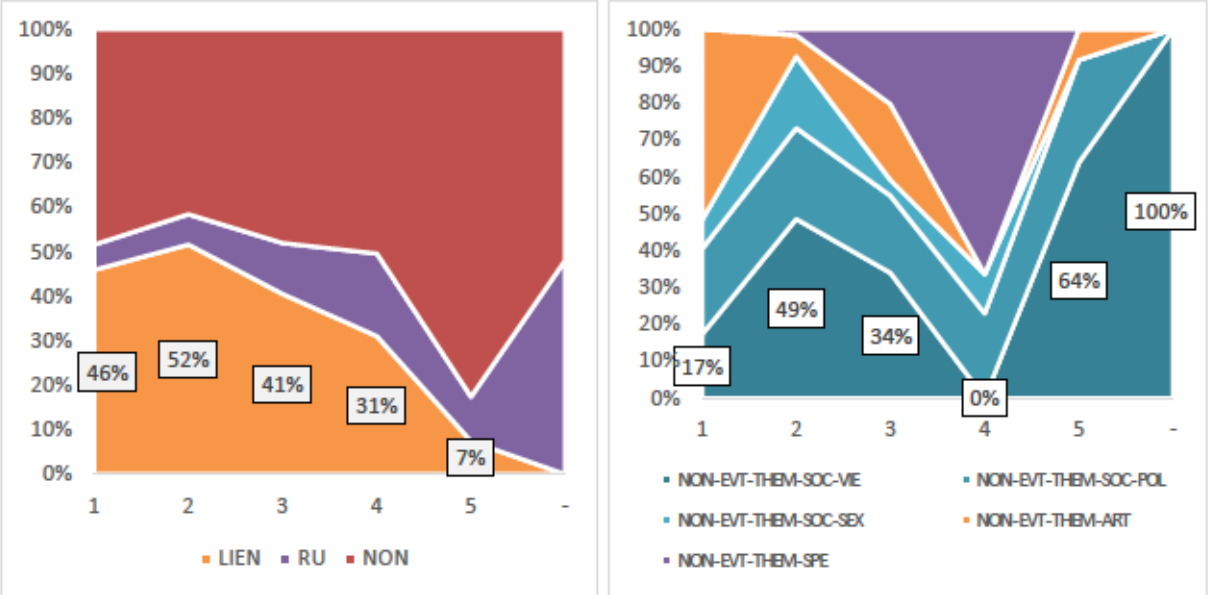
En revanche, certains évènements parfois anodins, comme une dictée, peuvent être un tournant universitaire pour la vie d'un étudiant. (3.47 [2011:2141])

1.3.2.4. Pays, valeurs et type de médiation

Il est aussi possible de voir que les thèmes abordés en lien avec le pays diminuent plus la médiation est complexe. De 46% des thèmes abordés en lien avec le pays en fonction de la longueur de citation pour le type 1 « invitation », cela passe à 52% pour le type 2 « invitation » puis 41% pour le type 3 « atelier », 31% pour le type 4 « rencontres » et enfin 7 % pour le type 5 « cocréation ». D'un autre côté, le pourcentage de thèmes de la vie quotidienne non en lien avec le pays diffèrent selon le

type de médiation : de 17% pour le type 1, il passe à 49% pour le type 2, puis diminue à 34% pour le type 3, représente 0% des thèmes abordés dans le type 4, mais 64% dans le type 5.

Figure 24 Lien avec le pays et avec la vie



1.3.3. Interprétations des impressions laissées par les évènements

Les évènements culturels et artistiques coproduits par les instituts culturels de l'Allemagne et de la France en Russie ne laissent généralement pas indifférents les participants. Au niveau de l'ambiance générale, il est majoritairement question d'une atmosphère conviviale, d'un moment fort qui s'accompagne d'une énergie commune. Il se peut cependant que le cadre institutionnel se fasse ressentir dans certains évènements. Dans d'autres cas il manque d'entrain lors de la manifestation, ce qui peut se traduire par des participants qui s'ennuient. Pour autant, lorsque l'évènement ne dégage pas d'émotions positives au public, c'est que les réflexions des participants sur des thèmes de société les amènent à faire un bilan fataliste de la situation dans laquelle se trouve la Russie.

Les évènements culturels ne se résument pas à « dépeindre » le pays que l'institut culturel représente. Ce cas de figure reste plutôt minoritaire, même si les instituts culturels français peuvent parfois plus accentuer les thématiques sur la France. Certains aspects du pays apparaissent à travers un tour d'horizon sur des thèmes artistiques et sociétaux. Toutefois, ce dernier peut aussi avoir tendance à véhiculer des clichés pour répondre aux attentes des participants. Cette façade amène les visiteurs à avoir une vision idéale du pays qui les gênent à saisir les réalités surplace. Ce phénomène n'est pas sans lien avec la perception pessimiste de certains participants sur la Russie, lorsque la situation chez son voisin est idéalisée. Il est aussi difficile de

déterminer si un évènement qui s'efforce seulement à présenter son pays permet réellement de changer l'image de ce dernier.

Si la valeur artistique des évènements est bien souvent réelle, elle sert toutefois de discours de façade pour aboutir sur des thèmes de société. Les thèmes politiques se discutent la plupart du temps sous formes de discussions de comptoirs ou de vagues discours d'ouverture à l'autre. La thématique écologique semble faire consensus en Russie, tandis que la question des genres se heurte à quelques réticences. Ce sont les thèmes portant sur la vie quotidienne qui s'avèrent le plus à même d'amener les participants à des réflexions profondes sur leurs représentations du monde. C'est justement dans le type de médiation « cocréation » que les thèmes portant sur le pays sont les moins abordés, tandis que ceux de la vie quotidienne les sont plus. Ce schéma s'inverse avec les types de médiation 1 et 2, plus simplistes.

Une question récurrente dans les notes d'observation au fait de vouloir transmettre une image ou des valeurs lors d'un évènement est de savoir si tout ce qui a été « prêché » aux participants n'est pas oublié le lendemain, deux semaines ou trois mois plus tard. Toutefois, pour ce qui est des valeurs partagées lors de l'évènement, elles passent souvent par des réflexions venant des participants eux-mêmes, en dialogue avec les intervenants, et non en prêchant la bonne parole.

1.4. SYNTHÈSE

Pour la synthèse de la première analyse des évènements culturels et artistiques coproduits par les instituts culturels de l'Allemagne et de la France en Russie à partir des notes d'observation, nous revenons tout d'abord sur les hypothèses formulées au début de ce chapitre, puis nous les comparons avec les résultats obtenus lors de l'analyse. Nous questionnons ensuite les méthodes employées. Enfin, nous répondons aux buts et aux questions posés en amont.

1.4.1. Vérification de l'hypothèse n°1

> ***Les évènements culturels et artistiques coproduits par les instituts culturels sont divers, que ce soit au niveau du type d'évènements, du format, de la catégorie artistique, de la médiation et des thèmes abordés. Ils impliquent toujours un partenaire russe. Ils sont souvent accessibles en termes de prix, de lieu et bien communiqué. L'accent est plutôt mis sur un échange de qualité en nombre restreint que sur l'idée d'atteindre un public large.***

En ce qui concerne la première hypothèse, nous pouvons effectivement affirmer que les évènements culturels et artistiques observés sont très variés. Cette diversité des catégories artistiques, des types de médiations, des formats et des thèmes abordés se retrouvent aussi bien du côté des évènements proposés par les instituts culturels allemands que français. La durée des évènements et les lieux dans lesquelles ils se déroulent diffèrent aussi. À ce titre, un partenaire culturel local accueille bien souvent

l'évènement ou soutient l'institut culturel d'une manière quelconque. C'est ainsi que le terme de « coproduction » utilisée dans la dénomination des évènements est justifié.

Caractéristique pour les évènements culturels et artistiques coproduits par les instituts culturels de l'Allemagne et de la France en Russie sont aussi des prix abordables, une certaine visibilité au niveau local, la présence du logo de l'institut, et l'utilisation fréquente de la langue allemande/française.

La dernière partie de l'hypothèse concerne plutôt les résultats relatifs aux caractéristiques du public.

L'hypothèse n°1 est donc confirmée.

1.4.2. Vérification de l'hypothèse n°2

> ***Le public est constitué avant tout d'habitués qui sont des étudiants, cadres ou membres de la classe moyenne-supérieure russe. Il est traversé par toute sorte d'émotion lors de l'évènement, pouvant aller de l'enthousiasme à l'ennui en passant par l'irritation.***

Le public des évènements culturels et artistiques coproduits par les instituts culturels de l'Allemagne et de la France en Russie est à taille humaine. Toutefois, dans les types de médiation « diffusion » et « cocréation » un public plus large est recherché. En ce qui concerne les ateliers, clubs, rencontres ou séjours, l'accent est mis sur l'échange entre les participants. Ce genre d'évènements permettent la création d'espaces de liberté d'expression où réflexions, créativité et convivialité sont de mise. Des liens d'amitiés entre les participants peuvent même se nouer au sein des éléments.

Le participant typique serait une jeune étudiante russe, même si du côté allemand le ratio hommes/femmes est plus équilibré que du côté français. Il s'agit d'un public d'habitués déjà convaincus par des valeurs libérales ainsi que de l'intérêt de parler la langue et de connaitre la culture du pays représenté par l'institut.

La dernière partie de l'hypothèse est plutôt en lien avec les résultats relatifs aux impressions laissées par les évènements culturels sur le public.

L'hypothèse n°2 est donc plutôt confirmée.

1.4.3. Vérification de l'hypothèse n° 3

> ***Les impressions laissées par les évènements culturels sur le public sont moins celles d'un pur divertissement que celles d'un début de réflexion sur les sociétés allemande/française et russe.***

Les évènements culturels et artistiques coproduits par les instituts culturels de l'Allemagne et de la France en Russie ne laissent généralement pas indifférents le public. Il est effectivement traversé par toute sorte d'émotion lors de l'évènement, pouvant aller de l'enthousiasme à l'ennui en passant par l'irritation. Ce dernier genre

d'émotions ne signifie pas toujours que l'évènement n'a pas été apprécié, mais que les réflexions du public sur la société russe lui ont laissé un gout amer.

Les résultats montrent aussi que si le format des évènements est généralement artistique, les thèmes abordés sont sociétaux. Il s'agit souvent d'un prétexte pour aborder des sujets de société qui touchent l'Allemagne, la France mais surtout la Russie. Notamment les thèmes portant sur la vie quotidienne apportent les réflexions les plus profondes sur la société de la part des participants. Les événements consistant à simplement « dépeindre » le pays représenté par l'institut restent marginaux, notamment du côté allemand. De plus, ces évènements ont tendance à donner une image biaisée du pays, contrastant ainsi avec l'image maussade que les participants ont de la Russie. Il reste cependant difficile à évaluer si les débuts de réflexions et les images transmises lors des différentes manifestations accompagnent les participants jusque chez eux lorsque l'évènement est terminé.

L'hypothèse n°3 est donc confirmée.

1.4.4. Critique des méthodes

Les résultats obtenus ici s'appuient sur des méthodes sérieuses et appliquées de manière procédurale. Cependant, elles ne sont pas sans faille et peuvent faire l'objet de critiques.

Une des premières remarques déjà évoqués dans le chapitre est la disproportion entre les évènements observés entre les instituts culturels de l'Allemagne et de la France de l'ordre d'un tiers/deux tiers. À cela s'ajoute la surreprésentation des évènements culturels et artistiques se déroulant à Moscou avec la moitié des évènements observés. Ces déséquilibres ont été partiellement compensés par des comparaisons entre les instituts et les pays qu'ils représentent.

Une seconde critique inévitable est la part de subjectivité dans les notes d'observation. Un biais de confirmation d'hypothèse peut toujours planer de manière quasiment naturelle chez l'observateur. De plus, les notes prises après l'évènement impliquent un nouveau filtre : celui d'une mémoire sélective, renforçant ainsi le biais de confirmation. Le principe de réduction phénoménologique, utilisé ici de manière souple, permet de réduire ce genre de biais. Toutefois il ne les exclue pas totalement. La confrontation des résultats obtenus ici avec les résultats recueillis dans les autres chapitres par des méthodes différentes permettent de réduire la marge d'erreur créée par les biais de confirmation.

Une troisième critique tout aussi inévitable porte sur la manière dont les notes d'observation ont été codé. Il s'agit d'un travail solitaire qui n'est pas astreint de biais de confirmation que ce soit sur la dénomination des « étiquettes », la longueur de citation concernée par cette dernier ou le choix de la catégorie dans laquelle elle devait

rentrer. Le passage à des résultats chiffrés en fonction du nombre de mention ou de la longueur de citation ne va pas sans critique non plus. Si les notes d'observation, puis le codage de ces dernières peuvent faire l'objet de biais de confirmation, alors les chiffres obtenus ne présentent pas la solidité nécessaire pour s'appuyer dessus. De plus, il est difficile de juger à partir de quel pourcentage un écart peut s'avérer pertinent à relever ou non. Toutefois, plusieurs lectures des codes, notamment lors des différentes catégorisations ont permis d'affiner le codage. En outre, des citations extraites des notes d'observation parcourent le chapitre et permettre d'illustrer les propos chiffrés. Il est ainsi possible aux lecteurs de juger par eux-mêmes de la pertinence des codes et des catégories.

1.4.5. Conclusion

> ***Le but de ce chapitre est de saisir le phénomène d'évènements culturels et artistiques coproduits par les instituts culturels de l'Allemagne et de la France en Russie tel qu'il apparait aux participants.***

Le but de chapitre a été atteint. S'il était possible de résumer le phénomène d'évènements culturels et artistiques coproduits par les instituts culturels de l'Allemagne et de la France en Russie en quelques mots, nous dirions que – bien qu'ils soient variés – ils se rejoignent sur un point : il s'agit d'un moment riche en émotions et partagé entre les participants. On y réfléchit beaucoup sur des thèmes de société, des thèmes de la vie quotidienne malgré le fond artistique sur lequel se déroule les évènements.

À ce titre, nous avons relevé que les types de médiation plus complexes (« cocréation », « rencontres » et, à la limite, « club/atelier ») présentaient l'avantage d'amener à plus de réflexions sur la société et être moins dans le cliché en dépeignant simplement le pays représenté par l'institut par rapport aux types de médiations plus simplistes (« diffusion » et « invitation »). Parmi les évènements observés, les instituts culturels de l'Allemagne avaient plus insisté sur les types de médiation plus complexes, tandis que la France sur les types de médiations plus simplistes. Enfin, le type de médiation « cocréation » à l'avantage d'attitrer tout autant de public que le type de médiation « diffusion » mais aussi de produire des effets intéressants sur les performances, les représentations du monde et la biographies des artistes concernés par la cocréation : c'est le sujet du chapitre 3 de la partie empirique. Le chapitre 2 de cette partie quant à lui se penche sur les représentations des pays en fonction du taux de fréquentation aux évènements culturels et artistique.

2. ANALYSE DES ÉVÈNEMENTS CULTURELS II : ENQUÊTE ICONOGRAPHIQUE

Si un État inscrit sa diplomatie publique sous l'égide du *soft power* ou du *Nation Branding*, alors la question de l'image qu'a le pays à l'étranger n'est pas anodine. Ainsi, un certain nombre des évènements culturels qu'il organise consiste à donner une image « attractive » du pays. Il faut qu'elle montre non seulement les plus beaux aspects culturels et touristiques de ce dernier, mais aussi une capacité à innover dans le domaine économique et une bonne gestion (en anglais : *good governance*) dans les affaires politiques intérieures comme extérieures.

Comme nous l'avons remarqué dans le chapitre 1 de la partie théorique, la France et surtout l'Allemagne ne s'appuient pas tout à fait sur les notions de *soft power* ou de *nation branding* dans la conception de leurs politiques culturelles extérieures. Les résultats relevés dans le premier chapitre de la partie empirique tendent à confirmer ces propos. Néanmoins ces concepts restent populaires et ont tendance à influencer les nouvelles directions de l'action culturelle à l'étranger. Ainsi, une analyse de l'influence des évènements culturels et artistiques coproduits par les instituts culturels de l'Allemagne et de la France en Russie sur l'image du pays que ces derniers représentent peut s'avérer pertinente.

Dans le chapitre précédent, nous avons conclu que les évènements culturels et artistiques s'efforçant de « présenter » le pays peuvent avoir un penchant pour les clichés et les visions idéalistes de ce dernier. Aussi les images du pays qui sont projetées lors des évènements s'accrochent-elles à la paroi crânienne des participants ou s'effacent-elles immédiatement lorsque le rideau est tombé ? Ainsi, ce qui est montré du pays peut être douteux, il se peut aussi que ce qui a été exposé s'efface au fil du temps. Ces deux arguments nous amènent déjà à une éventualité que les évènements culturels n'ont pas forcément la capacité de changer l'image du pays, voire ils renforceraient les clichés déjà bien ancrés chez les participants. L'aspect *nation branding* serait donc à bannir dans la conception et réalisation de ces derniers.

Nous souhaitons vérifier ici l'influence qu'ont les évènements culturels et artistiques sur l'image de l'Allemagne et de la France auprès du public par la méthode d'analyse quantitative de dessins. Il s'agit ici de passer des *impressions* que laissent les évènements aux *images* que ces derniers ont réussi à imprimer chez les participants. Après un rappel des buts, des questions, des hypothèses et surtout de la méthode employée dans ce chapitre, nous analysons les images de l'Allemagne et de la France

obtenues des dessins récoltés lors des séjours de recherches. Nous relevons ensuite les facteurs pertinents qui amènent à des disparités dans les dessins, notamment le rôle que jouent les évènements culturels et artistiques.

2.0. PROTOCOLE DE RECHERCHE

2.0.1. Buts

Le but de ce chapitre est, dans un premier temps, de saisir l'image de l'Allemagne ou de la France chez le public des évènements culturels et artistiques coproduits par les instituts culturels de ces deux pays. Dans un second temps, il s'agit de connaitre le rôle joué par ces évènements dans la formation des images.

2.0.2. Questions

Il est ainsi possible de dégager deux groupements de questions de ce double but :

1. Quelle est l'image de l'Allemagne/de la France chez le public des évènements culturels et artistiques coproduits par les instituts culturels de ces deux pays en Russie ? Comment la saisir ?
2. Ces évènements ont-ils la capacité d'influencer l'image qu'ont les participants du pays ? Si oui, dans quelle mesure ?

2.0.3. Hypothèses

De ces questions, nous pouvons formuler les deux hypothèses suivantes :

1. Il est possible de saisir l'image de l'Allemagne et de la France auprès des participants aux évènements culturels et artistiques par la méthode d'analyse quantitative de dessins. Il s'agit d'une image plus riche, plus variée et moins stéréotypée du pays par rapport aux personnes ne fréquentant pas ces évènements.
2. Les évènements culturels et artistiques jouent un rôle important dans la formation d'une image plus riche, plus variée et moins stéréotypée du pays chez les participants y participant fréquemment et sur un temps long.

2.0.4. Méthode de l'analyse quantitative de dessins

Pour mesurer l'impact des évènements culturels et artistiques coproduits par les instituts culturels l'Allemagne et de la France sur les représentations de ces derniers, il est nécessaire de pouvoir saisir quelles images les participants « ont en tête »[1] de ces deux pays. Il n'est pas encore possible d'« extraire » directement ces images du cerveau. Il est en revanche possible de les saisir indirectement à travers leurs expressions matérielles, notamment par le dessin. En effet, l'image du dessin est selon

[1] Matthias T. Vogt, et al., *Stärkung der Resilienz in Mittelstädten. op. cit.*, p. 9.

la formule saussurienne le *signifiant d'un signifié*[2]. Le *signifié* est l'image mentale, tandis que le *signifiant* est ce qui fait référence au signifié, bien souvent de manière arbitraire. D'après Ferdinand de Saussure les mots sont des signifiants, ce sont des images acoustiques qui font référence à des images mentales. Les mots ne sont pas les seuls signifiants possibles. Selon Charles Peirce, les images graphiques et picturales sont aussi des signifiants. Ainsi, les images graphiques qui présentent quelques ressemblances avec leurs images mentales respectives sont appelées *icônes*. Tandis que les mots et les images arbitrairement choisis pour représenter un signifié sont appelés *symbole*[3]. Si les mots forment une *forêt de symboles* d'après Baudelaire[4], l'image du dessin pourrait être définie comme « un amas d'icônes sur une surface plane »[5].

Un dessin n'est pas qu'une image graphique, c'est aussi un processus complexe de visualisation interne et de reproduction en externe. Ceci entraine des décalages sur quatre dimensions entre les dessins et l'image qui leur sont associés[6]. Il s'agit tout d'abord d'un décalage lié à l'impossibilité de saisir l'objet dans son ensemble, mais seulement une partie de celui-ci (dimension spatiale). Il existe aussi un décalage dû à l'intervalle temporel entre la première observation de l'objet et le moment de son dessin. En effet, la remémoration d'un objet se fait plus facilement plus l'intervalle est court (dimension temporelle). Des décalages peuvent exister à cause des aspects techniques du dessin, liés à la dextérité de la main et du passage d'un objet à trois dimensions à une image à deux dimensions (dimension technique). Enfin, dessiner un concept - comme un pays - nécessite de dessiner toutes ses *définitions opérationnelles*. Il s'agit de l'ensemble des « objets directement observables et mesurables » qui le constituent[7]. Cela nous fait donc revenir à la définition du dessin comme « un amas d'icônes sur une surface plane »[8] : le dessinateur place les différentes icônes dans une scène imaginaire et son dessin dépend de sa capacité à représenter cette scène (dimension imaginaire)[9].

Grâce à l'évolution informatique, il est de même possible d'analyser les dessins de manière quantitative. En effet, dans le cadre de la méthode d'analyse quantitative de

---

2 Ferdinand d. Saussure, *Cours de linguistique générale*, Tübingen, Narr Verlag, 2013, 1. éd. 1916.
3 Charles S. Peirce, *A Syllabus of Certain Topics of Logic*, Boston, Alfred Mudge & Son, 1903.
4 « La Nature est un temple où de vivants piliers/Laissent parfois sortir de confuses paroles ;/L'homme y passe à travers des forêts de symboles/Qui l'observent avec des regards familiers [...] » Charles Baudelaire, *Les fleurs du mal. Édition de 1861*, Paris, 18-Saint-Amand-Montrond, Gallimard; Impr. Bussière, 2ème éd., 2004, IV. Correspondances.
5 Adrien Houguet, *Platz der Sichtbarkeit im idealen Stadtbild*. *op. cit.*, p. 7.
6 Adrien Houguet, *Современные взаимные представления немцев, французов и россиян друг о друге*. *op. cit.*
7 Helmut Seiffert, *Einführung in die Wissenschaftstheorie 1. Sprachanalyse, Deduktion, Induktion in Natur- und Sozialwissenschaften*, München, Beck, 2003, p. 53.
8 Adrien Houguet, *Platz der Sichtbarkeit im idealen Stadtbild*. *op. cit.*, p. 7.
9 Plus de détails sur les considérations théoriques sur le dessin dans Adrien Houguet, *Perceptions de l'Allemagne, de la France et de la Russie à travers le regard de l'autre*. *op. cit.*, p. 3–8.

dessins, un programme a été élaboré[10] afin de mesurer de manière précise la surface et la position des différents objets dessinés sur une grande quantité de dessins. En effet, nous partons du principe que ces deux données permettent de déterminer l'importance qu'à un objet aux yeux du dessinateur, comme ce qui est mentionné dans certaines analyses qualitatives de dessins[11]. En outre, la méthode d'analyse quantitative de dessins a été conçue, développée et appliquée par l'auteur de cette thèse au cours de trois études différentes, en plus de la présente recherche[12].

2.0.5. Procédures

2.0.5.1. Enquêtes

Il nous faut ici non seulement saisir l'image de l'Allemagne ou de la France des personnes qui participent aux évènements culturels et artistiques coproduits par les instituts culturels de l'un ou l'autre pays, mais comparer cette image avec celles qui n'y participent pas. Il est aussi nécessaire de faire la comparaison avec d'autres nationalités que les Russes, notamment avec les Allemands vis-à-vis de la France et avec les Français vis-à-vis de l'Allemagne. Enfin, nous devons faire le rapprochement avec les représentations qu'ont ces derniers de leur propre pays. Ces comparaisons ont été réalisées par le biais d'enquêtes secondaires, tandis que les images de l'Allemagne et de la France par les participants et non-participants aux évènements culturels et artistiques constituent l'enquête iconographique principale.

2.0.5.1.1. Déroulement de l'enquête principale

L'enquête iconographique principale s'est déroulée de mai 2019 à mars 2020 dans sept villes de Russie. 100 dessins de l'Allemagne et 104 dessins de la France ont été récoltés, pour un total de 204. 60% des dessins ont été récoltés en Sibérie (Angarsk, Irkoutsk, Novossibirsk). Le reste a été récolté dans la partie européenne de la Russie (Kazan, Moscou, Nijni-Novgorod, et Saint-Pétersbourg), dont 30 % à Moscou. 53% des dessins ont été récoltés auprès des participants aux évènements culturels des instituts. Enfin, de ceux qui ont indiqué leur sexe et leur âge (97%), environ 2/3 de la totalité des répondants étaient des femmes, 39,5% avaient entre 15 et 19, 41,5% entre 20 et 35 ans, 13,5% entre 35 et 49 ans, 5,5% plus de 50 ans.

Il y a ainsi très peu de décalages par rapport à ce qui était prévu initialement. En effet, les objectifs fixés étaient d'obtenir environ 200 dessins, la moitié devait être des représentations de l'Allemagne, l'autre moitié de la France. 50% des dessins devaient être dessinés par des personnes en lien avec les instituts culturels, l'autre moitié en

---

[10] Je remercie particulièrement Elouan Houguet pour la réalisation commune de ce programme.

[11] Elfriede Billmann-Mahecha, *Auswertung von Zeichnungen* in Mey, Günter; Mruck, Katja (éd.), *Handbuch qualitative Forschung in der Psychologie*, p. 718.

[12] Adrien Houguet, *Kleinstadtbilder*. *op. cit.*; Adrien Houguet, *Platz der Sichtbarkeit im idealen Stadtbild*. *op. cit.*; Adrien Houguet, *Современные взаимные представления немцев, французов и россиян друг о друге*. *op. cit.*

dehors. La parité homme/femme et les tranches d'âge représentatives de la population n'ont pu être respectées. Ces décalages s'expliquent par le fait que les gens fréquentant les instituts culturels de l'Allemagne et *a fortiori* de la France étaient surtout des jeunes femmes[13].

2.0.5.1.2. Format du questionnaire

Le questionnaire était imprimé sur une feuille de format A5[14]. Il comportait une partie recto où il était demandé de dessiner sa représentation de l'Allemagne/de la France dans un cadre aux contours noirs. Les informations à renseigner sur le verso de la feuille étaient les suivantes : sexe, âge, commune où la personne à passer la majeure partie de son enfance, nationalité, lieu de résidence actuelle et niveau d'éducation. Outre les données sociodémographiques indiquées plus haut, il était demandé aux participants de l'enquête d'indiquer leur niveau de connaissance de la langue et de la société du pays en question. Ils ont aussi renseigné ce qui avait influencé la formation de leur représentation du pays : voyage, amis/famille, cours de langue, instituts culturels mais aussi médias d'informations, littérature scientifique et documentaires, arts visuels et cinéma, théâtre, littérature et musique ainsi que récits de connaissances. Enfin, ils se sont prononcés pour savoir si les évènements des instituts culturels auxquels ils avaient pu participer avaient renforcé ou changé l'image qu'ils avaient du pays ainsi que leur vision du monde. Si un sondé n'avait pas participé à ces évènements culturels, il ne devait naturellement pas répondre à cette question. Ces derniers devaient toutefois dire s'ils avaient une opinion plutôt positive ou négative du pays.

2.0.5.1.3. Enquêtes secondaires

Il y a eu deux autres enquêtes mineures réalisées en parallèle à des fins de comparaisons, dont le format diffère légèrement :

3. D'octobre 2018 à mars 2019 il a été demandé aux étudiants, au personnel et aux professeurs de la haute école de Zittau/Görlitz de dessiner leur image de la Russie. 18 dessins ont été récoltés lors de séminaires portant sur les politiques culturelles extérieures. Les informations à renseigner au dos étaient le sexe, l'âge, la commune où la personne à passer la majeure partie de son enfance, la nationalité, le lieu de résidence actuelle et le niveau d'éducation. En outre, il était demandé d'indiquer si la personne avait un lien quelconque avec la Russie (connaissance de la langue, amis, famille etc.), si elle était déjà allée en Russie et si elle avait une opinion plutôt positive ou négative du pays.

---

13 Les résultats du premier chapitre de cette partie concernant les caractéristiques du public ne peuvent que confirmer ces propos.

14 Un exemple de l'enquête est disponible à l'annexe 4.1.

4. Enfin, pour un article sur les perceptions mutuelles de l'Allemagne, de la France et de la Russie[15], 61 autres dessins ont été récolté lors d'une enquête réalisée à distance en Allemagne en France et en Russie. Les Français devaient dessiner leur image de l'Allemagne, de la France et de la Russie. Les Allemands ont dû dessiner l'Allemagne et la France et les Russes ont représenté leur propre pays. Tous ont dû indiquer, en plus des données sociodémographiques et de la formation de leur représentation, jusqu'à cinq associations positives et jusqu'à cinq associations négatives qu'ils avaient du pays dessiné.

Tableau 4 récapitulatif de la récolte de dessin[16,17]

Dessinateur\Dessin	Russie	Allemagne	France	Total
De Russie	9	100	104	213
D'Allemagne	21	10	9	40
De France	10	10	10	30
Total	40	120	123	283

2.0.5.2. Codification

Une fois les dessins récoltés, il est nécessaire de traiter l'information qu'ils contiennent. La définition d'un dessin comme « amas d'icônes sur une surface plane » a été retenue ici à des fins de *codification*. Ce terme désigne le fait de rendre possible la lecture du dessin par un ordinateur. Dans un premier temps il s'agit de transformer toutes les icônes en *objets*. En langage informatique ils sont définis par « ce qui a des attributs »[18]. Les attributs sont donc des données sur l'objet/icône qui sont récoltées ici en quatre étapes.

2.0.5.2.1. Étape d'identification

Lors de l'étape d'identification, il y a tout d'abord une phase de repérage. Il s'agit d'identifier les icônes sur le dessin. Chaque icône est saisie une à une dans un tableau de données. Une fois saisie elle devient un *objet informatique*. Chaque objet obtient dans un premier temps un numéro d'identification unique en fonction du dessin, de son ordre d'analyse et, si tel est le cas, de son insertion dans une relation « parent/enfants ». Ce dernier cas apparait lorsque deux objets se superposent. L'objet « parent » est le plus étendu et peut contenir un ou plusieurs objets « enfant » dessinés au-dessus de lui[19]. Un exemple de numéro d'identification serait *55.10.1* : il s'agit du 1er

[15] Adrien Houguet, *Современные взаимные представления немцев, французов и россиян друг о друге. op. cit.*

[16] L'intégralité des dessins est disponible à cette adresse : http://www.s8adhoug.bplaced.net/3.Recherches/Laenderbilder/results.html

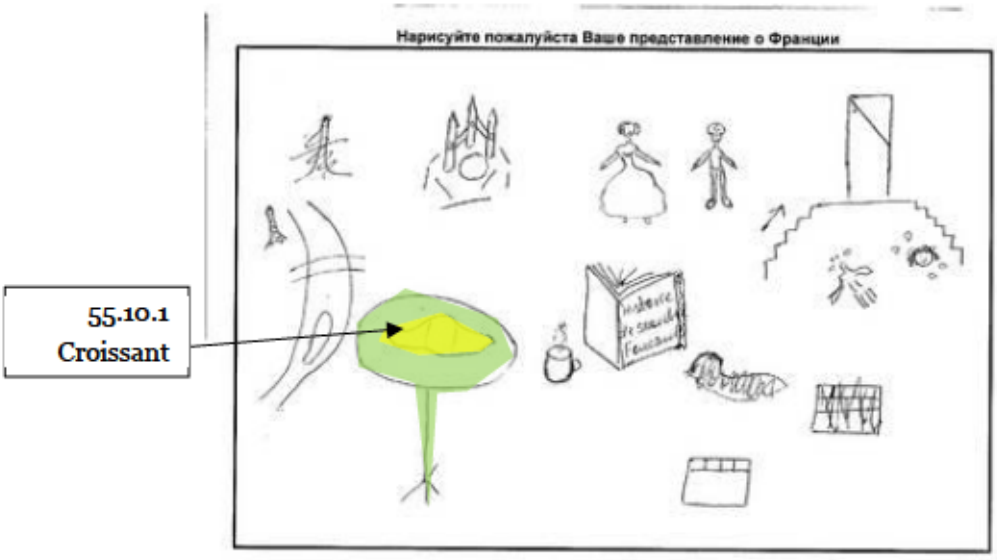
[17] Les nombres soulignés font partie de l'enquête principale, les nombres en italique des enquêtes secondaires.

[18] Alan C. Kay, *The Early History of Smalltalk* in « The Second ACM SIGPLAN History of Programming Languages Conference (HOPL-II) » 1993.

[19] En savoir plus : Adrien Houguet, *Platz der Sichtbarkeit im idealen Stadtbild. op. cit.*, p. 20.

« enfant » de l'objet « parent » *55.10.0* qui est lui-même le 10ème objet saisi se trouvant sur le 55ème dessin (voir illustration plus bas).

Figure 25 Dessin n°55



2.0.5.2.2.Étape de classification

Chaque objet est nommé en fonction du *signifié* de l'icône[20]. Le signifié devient donc une *classe* d'objet. Il s'agit de « ce que les objets [de la classe] partagent en commun »[21]. Cette définition très floue apporte une marge de manœuvre très utile dans la pratique. Lors d'un premier jet de classification, il est possible de retrouver le signifié de l'icône dans son sens le plus précis, en créant par exemple les *classes* « marguerite », « lavande » et « rose ». Nous opérons ensuite une harmonisation des classes » : il s'agit de réduire les *classes* d'objets en les regroupant dans des classes communes. À titre d'illustration, nous regroupons les exemples précédents dans la classe « fleurs ». Contrairement à l'étape d'identification, qui cherche à rendre chaque objet unique, l'étape de classification regroupe les objets de tous les dessins en différentes classes.

2.0.5.2.3.Étapes d'attribution

Attribution primaire : coordonnées et poids

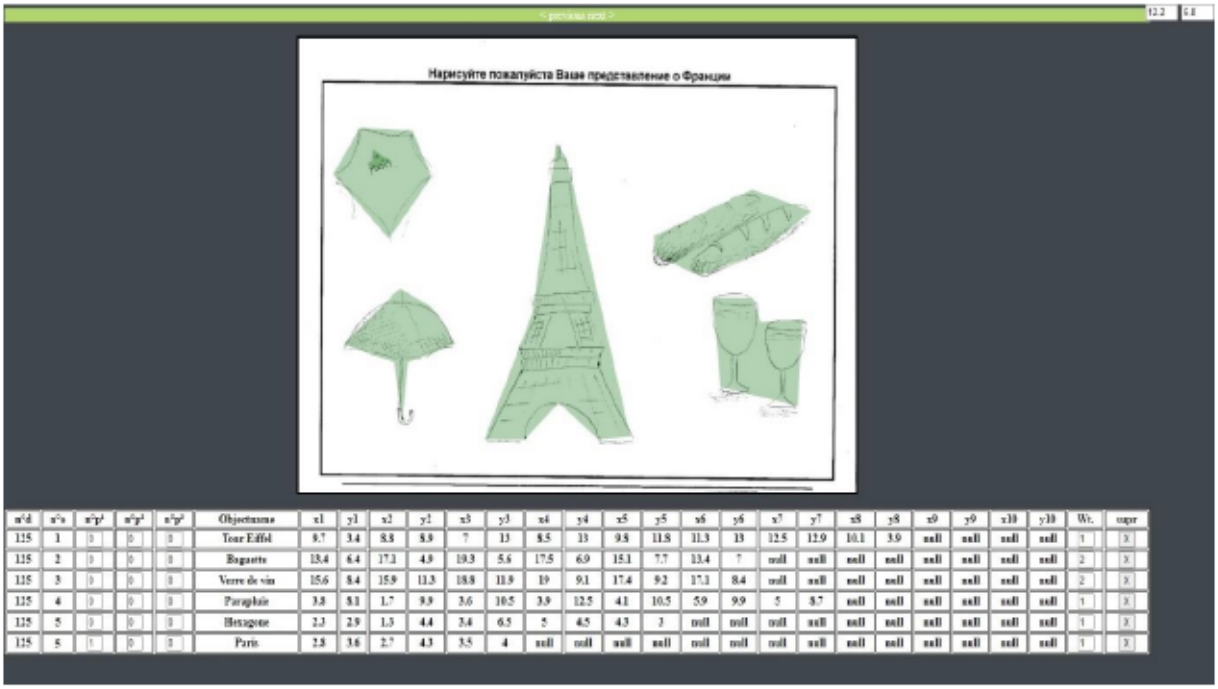
Le dessin étant une surface plane, il est possible lui associer un axe horizontal x et un axe vertical y. Ceci permet, dans un premier temps, d'attribuer des coordonnées cartésiennes à différents points du contour de chaque objet. L'unité de mesure de ces dernières est le centimètre. Avec l'aide d'un programme informatique créé pour l'occasion il est possible de relever jusqu'à 10 points / 20 coordonnées sur le scan du dessin. Il suffit d'entrer la classe de l'objet puis de déplacer le curseur sur le contour de

[20] Le terme a été abordé plus haut dans le sous-chapitre 2.4 « méthode d'analyse quantitative de dessin »

[21] Alan C. Kay, *The Early History of Smalltalk. op. cit.*

l'objet et cliquer sur différents points du contour. Les coordonnées sont automatiquement récupérées dans un tableau de données. De même, le numéro d'identification de l'objet s'affiche automatiquement. Enfin, pour simplifier la saisie, il est possible de sélectionner plusieurs objets de même nature à la fois. Il faut alors rentrer le nombre d'objets saisis dans le tableau de données.

Figure 26 interface du programme informatique



n°d	n°o	n°p¹	n°p²	n°p³	Objectname	x1	y1	x2	y2	x3	y3	x4	y4	x5	y5	x6	y6	x7	y7	x8	y8	x9	y9	x10	y10	Wt.	supr
115	1	0	0	0	Tour Eiffel	9.7	3.4	8.8	8.9	7	13	8.5	13	9.8	11.8	11.3	13	12.5	12.9	10.1	3.9	null	null	null	null	1	0
115	2	0	0	0	Baguette	13.4	6.4	17.1	4.9	19.3	5.6	17.5	6.9	15.1	7.7	13.4	7	null	null	null	null	null	null	null	null	2	0
115	3	0	0	0	Verre de vin	15.6	8.4	15.9	11.3	18.8	11.9	19	9.1	17.4	9.2	17.1	8.4	null	null	null	null	null	null	null	null	2	0
115	4	0	0	0	Parapluie	3.8	8.1	1.7	9.9	3.6	10.5	3.9	12.5	4.1	10.5	5.9	9.9	5	9.7	null	null	null	null	null	null	1	0
115	5	0	0	0	Hexagone	2.2	2.9	1.3	4.4	3.4	6.5	5	4.5	4.3	3	null	null	null	null	null	null	null	null	null	null	1	0
115	6	0	0	0	Paris	2.8	3.6	2.7	4.3	3.5	4	null	null	null	null	null	null	null	null	null	null	null	null	null	null	1	0

Attribution secondaire : position et surface

Ces données primaires, c'est-à-dire les coordonnées, sont traitées pour en faire des données secondaires : il s'agit tout d'abord de la position absolue de l'objet sur le dessin. Pour cela, il faut d'abord calculer le point central de l'objet en question par rapport à ses coordonnées. Nous appelons le point central de l'objet « $M_{(X_0;Y_0)}$ », X_0 et Y_0 étant les coordonnées absidiales et orthogonales de M. Nous notons les n sommets qui sont les points du contour de l'objet P_1 à P_n avec les coordonnées X_1 à X_n et Y_1 à Y_n. Il est ainsi possible d'appliquer la formule suivante :

Équation 1 Calcul du point central

$$\begin{cases} X_0 = \dfrac{X_1 + X_2 + \cdots + X_n}{n} \\ Y_0 = \dfrac{Y_1 + Y_2 + \cdots + Y_n}{n} \end{cases}$$

Le point central M permet de connaitre la position absolue de l'objet sur le dessin.

Nous souhaitons ensuite connaitre la surface des objets dessinés. Pour cela il suffit d'appliquer la formule de calcul de l'aire de polygones simples (non croisés) dans un repère orthonormé[22]. Les n sommets P_0, P_1, ..., P_n (= P_0), sont notés P_i avec les coordonnées (X_i, Y_i) alors l'aire du polygone est donnée par la formule :

Équation 2 Formule de l'aire d'un polygone simple quelconque dans un repère orthonormé

$$A = \left| \frac{1}{2} \sum_{i=0}^{n-1} (X_i Y_{i+1} - X_{i+1} Y_i) \right|$$

Dans le cas d'une relation parents-enfants entre plusieurs objets, il faut retirer de la surface de l'objet parents la surface prise par le ou les enfants.

La position et la surface absolue d'un objet sont intéressantes, que si elles peuvent être comparées avec celles des autres objets. Il est possible de calculer la surface totale dessinée sur la feuille de papier A5 et d'exprimer en pourcentage la surface prise par un objet par rapport à la surface totale.

Pour la position d'un objet, c'est légèrement plus complexe. Nous souhaitons l'exprimer ici par rapport au *barycentre* du dessin. Il s'agit ici du centre de gravité de l'ensemble de points pondérés, c.à.d. affectés à des coefficients. Il faut donc d'abord calculer ce barycentre noté β avec les coordonnées (X_β , Y_β). Pour cela il suffit d'utiliser les coordonnées des points centraux des n objets du dessin que nous notons M_1 à M_n avec les coordonnées (X_1 , Y_1) à (X_n , Y_n). Les coefficients A à N représentent le nombre d'objets saisis, indiqué lors de l'étape d'attribution primaire.

Équation 3 Calcul du barycentre[23]

$$\begin{cases} X_\beta = \dfrac{A * X_1 \ + \ B * X_2 \ + \cdots + \ \mathrm{N} * X_n}{A + B + \cdots + N} \\ Y_\beta = \dfrac{A * Y_1 \ + \ B * Y_2 \ + \cdots + \ \mathrm{N} * Y_n}{A + B + \cdots + N} \end{cases}$$

Une fois que le barycentre du dessin a été calculé il faut mesurer la distance entre ce dernier et le point central d'un objet relevé plus haut. Nous notons ainsi la distance entre le point central d'un objet M avec les coordonnées X_0 et Y_0 et le barycentre du dessin β avec les coordonnées (X_β , Y_β) de la manière suivante :

Équation 4 Calcul de la distance

$$d(M, \beta) = \sqrt{(X_0 - X_\beta)^2 + \ (Y_0 - Y_\beta)^2}$$

---

[22] Daniel Audet, *Note mathématique. Une formule générale pour l'aire d'un polygone* in « Bulletin Association Mathématique du Québec » n°1, 56 / 2016, p. 67.

[23] Michèle Audin, *Géométrie*, Les Ulis, EDP sciences, 2009, p. 30.

Attribution tertiaire : score d'importance

La combinaison entre position et surface permet de créer des données tertiaires en donnant un score d'importance de chaque objet dans le dessin. Cette opération est tirée de recherches sur les analyses qualitatives de dessin d'enfant. Il y est postulé que la surface et la position d'un objet dans le dessin jouent un rôle sur son importance aux yeux du dessinateur[24]. Pour le calcul du score d'importance deux variables sont nécessaires. Il s'agit tout d'abord de la surface prise par un objet par rapport à la surface totale dessinée exprimée en pourcentage qui a été mesurée plus haut.

Pour la position, c'est un peu plus complexe : il serait possible de prendre les distances de tous les points centraux des objets par rapport au barycentre pour les mettre bout à bout afin d'obtenir un segment. Nous obtiendrions alors le pourcentage que chaque « bout » occupe sur ce segment. Or, les objets les plus éloignés du barycentre auraient un meilleur score que ceux près de ce dernier. Nous souhaitons pourtant donner un score d'importance plus élevé aux objets proches du barycentre. Pour cela il faut « inverser » le segment obtenu tout en gardant les proportions. La solution retenue est la suivante : tous les résultats obtenus sont multipliés par -1 auquel on ajoute la longueur minimum et la longueur maximum du segment afin de retrouver un résultat positif non nul. Il est ensuite exprimé en fonction de la somme de toutes les distances inverses trouvées.

Calcul du score[25] :

Équation 5 calcul du score d'importance

$$score = \frac{\left(\frac{Surface\ prise}{Surface\ totale} * 100\right) + \left(\frac{distance\ inverse\ prise}{distance\ inverse\ totale} * 100\right)}{2}$$

Le résultat du score s'exprime donc en pourcentage et la somme des scores de tous les objets d'un dessin est de 100%.

2.0.5.2.4.Étape de catégorisation

Une catégorisation d'objet est possible à partir des *classes* d'objets. Cette catégorisation doit être choisie en fonction des hypothèses formulées en amont. Il est alors possible d'obtenir le score d'importance par catégorie pour chaque dessin. Le

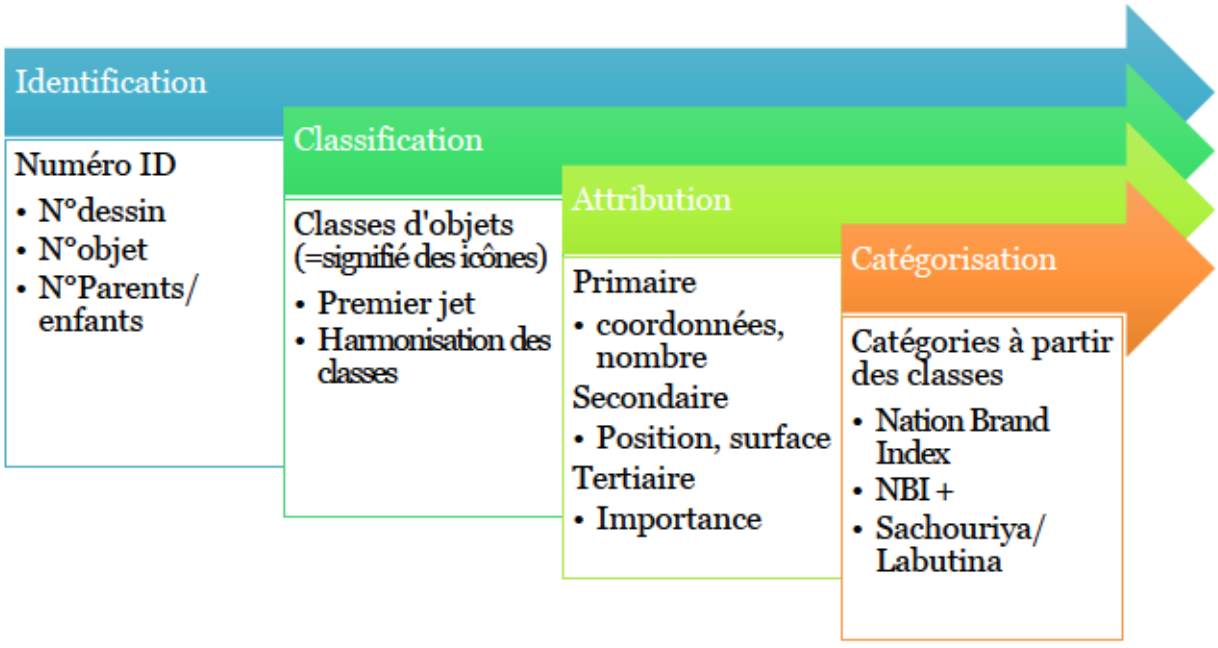
[24] sont tirées de Elfriede Billmann-Mahecha, *Auswertung von Zeichnungen*. *op. cit.*, p. 718.

[25] Pour les dessins n°36 et n°207, filmés lors de leur réalisation, un facteur « durée » et « ordre de réalisation » peuvent être ajouté afin d'avoir un score d'importance plus complet.

score peut être ensuite retranché par rapport aux données sociodémographiques, cognitives et affectives recueillies par l'enquête.

La première catégorisation utilisée pour l'analyse est celle proposée par Simon Anholt : le Nation Brand Index (NBI) en 6 catégories (« culture », « économie », « politique », « population », « tourisme » et « autre ») [26]. Nous avons ensuite développé une seconde catégorisation plus détaillée à partir du NBI et plus adaptée aux *classes* d'objets rencontrés dans les dessins. Elle est composée de 12 catégories (« arts & littérature », « gastronomie », « mode & sport », « État », « histoire », « infrastructure », « produits », « humains », « vivre & tradition », « nature », « monuments » et « autre »). Enfin, une troisième catégorisation en 5 catégories (« ethnolinguistique », « éthico-confessionnelle », « technico-communautaire », « spatio-géographique » et « autre ») est proposée par I.D. Sachouriya et exposée par T.L. Labutina à propos des ethnotypes[27].

Figure 27 schéma récapitulatif des étapes de codification



2.0.5.3. Évaluation

Une fois les dessins codifiés, il s'agira de les évaluer en fonction des données sociodémographiques obtenues. Pour cela un tableau de données est créé. Ce dernier présente à chaque ligne tout d'abord les informations liées à la codification du dessin tels que le numéro du dessin, le nombre d'objets dessinés, le nombre de classes

[26] Simon Anholt, *Competitive identity. op. cit.*. La catégorie « immigration et investissement » n'était pas pertinente pour l'analyse des dessins récoltés.

[27] Татьяна Л. Лабутина, *К вопросу об этнических стереотипах в исторической имагологии. Трансформация образа «чужого» в образ «врага»* in Лабутина, Татьяна Леонидовна (éd.), *"Свой"/"Чужой" в кросс-культурных коммуникациях Запада и России*, p. 57.

dessinées, la surface totale prise par les objets sur le dessin, le résultat des scores par catégorie, l'objet le plus grand en termes de superficie, l'objet le plus près du barycentre et l'objet qui a fait le meilleur score d'importance.

Ces données sont complétées par les conditions de la collecte, c.a.d. quel pays a été dessiné, où, dans quel institut culturel (si tel est le cas) et lors de quel évènement. Viennent ensuite les données sociodémographiques que le dessinateur a indiquées tels que son sexe, son âge, le lieu où il a passé son enfance, sa nationalité, son lieu de résidence et son niveau d'éducation. S'ajoute à cela, les facteurs cognitifs que le dessinateur a indiqués comme son niveau de connaissance de la langue et de la société du pays, s'il a déjà été dans le pays et pour quelles raisons, s'il a des amis ou de la famille là-bas, s'il a déjà eu des cours de langues, si l'image qu'il s'est fait du pays s'est formée à partir des médias, de lectures scientifiques ou de reportages, des arts visuels , de la littérature ou des arts de la scène ainsi que par le biais de récits de connaissances. La ligne s'achève par la fréquentation du dessinateur à la médiathèque, aux cours de langues et aux évènements culturels de l'institut culturel en question. L'avant-dernière case représente la question de savoir si cette fréquentation a changé sa vision du pays et la dernière son opinion sur le pays.

Lorsque ce tableau de 50 colonnes sur 283 lignes (nombre de dessins récoltés) est créé il est possible de comparer la totalité des résultats de la codification avec ce que le dessinateur a indiqué au verso de la feuille A5. Enfin, un dessin peut aussi s'interpréter de manière qualitative lorsqu'il est jugé pertinent de le faire.

2.1. RÉSULTATS I – DESCRIPTION DES IMAGES DE L'ALLEMAGNE ET DE LA FRANCE

Pour commencer, nous nous contentons simplement de décrire les images de l'Allemagne et de la France obtenues lors de l'enquête principale.

2.1.1. Images de l'Allemagne

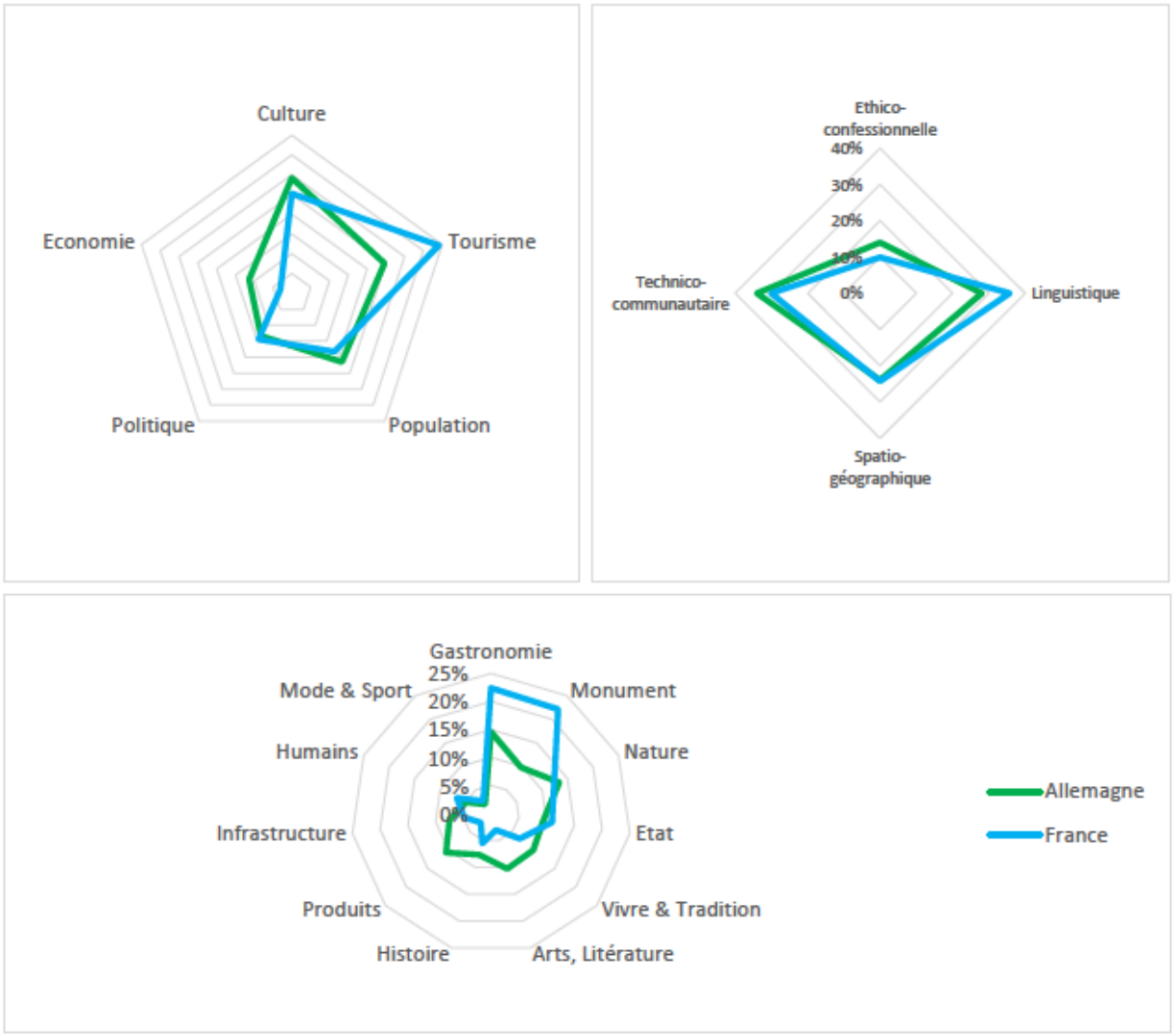
En observant les dessins qui représentent l'Allemagne c'est la catégorie « culture » du NBI qui fait le meilleur score d'importance avec en moyenne 29%, suivie de celle du « tourisme » (25%), de la « population » (21%) du « politique » (13 %) et de l' « économie » (11 %). Dans la seconde catégorisation, les catégories « gastronomie » (Bières, saucisses et bretzels ont été particulièrement représentés) et « nature » ont obtenu un score de à 15 % et 13 %, ils sont suivis de près par les catégories « produits » (notamment les marques de voitures), « arts & littérature », « vivre & tradition », « monuments », « État » avec tous un score aux alentours de 10%. Viennent ensuite « histoire » et « infrastructure » avec 8% et 7% puis « humains » et « mode & sport » avec moins de 5 %. Enfin, dans la troisième catégorisation c'est la catégorie « technico-communautaire » qui fait le meilleur score avec 34%, suivie par les catégories «

ethnolinguistique » et « spatio-géographique » avec respectivement 28% et 24%, puis 14% dans la catégorie « éthico-confessionnelle ». Les dessinateurs ont en moyenne représenté 9 objets, dont 6 différents.

2.1.2. Images de la France

Du côté de la France, c'est la catégorie « tourisme » qui fait de toute évidence le meilleur score pour le NBI avec une moyenne de 39% suivie de « culture » (25%), « population » et « politique » (18% et 14%) puis « économie » avec seulement 3%. Avec un score de plus de 22% pour chacune, les catégories « gastronomie » et « monuments » (notamment avec la Tour Eiffel) sont les plus importantes de la seconde catégorisation elles sont suivies par « Nature » et « État » avec respectivement 12% et 11%. Moins importantes sont les catégories « humains » et « vivre & tradition » avec 7% pour chacune, suivies par « histoire » avec 6% puis « infrastructure », « mode & sport » et « produits » avec toutes moins de 5%. En revanche la catégorie « ethnolinguistique », dont les monuments font partie, fait un score de 36% suivie de « technico-communautaire » avec 30% (score notamment lié à la gastronomie en tant que mode de vie), vient ensuite la catégorie « spatio-géographique » avec 24%. La catégorie « éthico-confessionnelle » fait en moyenne un score de seulement 10%. Les interrogés ont dessiné en moyenne 7 objets dont 5 différents. Les objets représentés dans les images de la France sont dont un peu moins variés que celles de l'Allemagne.

Figures 28 Images véhiculées en fonction des catégorisations : NBI, NBI+ et Sachouriya/Labutina



2.1.3. Interprétations

Ainsi, il est possible d'observer des différences entre les pays représentés. L'Allemagne semble avoir une image un peu plus complète, La France en a une plus orientée sur le tourisme et beaucoup moins sur l'économie. Ces différences sont en partie liées à la conjoncture chez les deux pays représentés : le score plus important de la catégorie « économie » du côté des dessins de l'Allemagne est lié au fait qu'elle est une puissance économique de premier rang dans le monde, le haut score dans la catégorie « tourisme » au niveau des représentations de la France est lié au fait qu'elle est le pays le plus visité au monde[28]. Toutefois, existe-t-il d'autres facteurs que la conjoncture politico-économique ? Et quelle influence exerce les évènements culturels sur cette image ?

[28] https://www.unwto.org/ [19.04.2021]

2.2. RÉSULTATS II – À LA RECHERCHE DE FACTEURS PERTINENTS DANS LA FORMATION DE L'IMAGE D'UN PAYS

L'enjeu ici est de dégager les facteurs déterminants dans la formation de l'image d'un pays. Il est notamment question du rôle particulier que jouent les évènements culturels dans le façonnage de cette image par rapport aux facteurs sociodémographiques, cognitifs, affectifs et conatifs.

2.2.1. Facteurs sociodémographiques

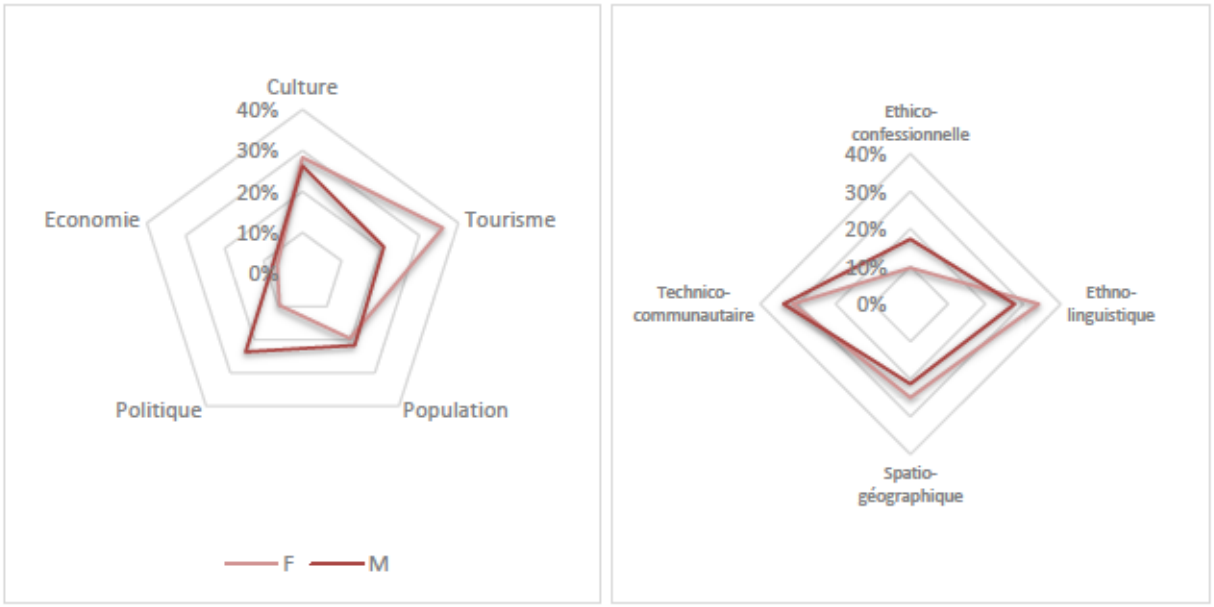
Les facteurs sociodémographiques, c.à.d. ici le sexe, l'âge, le lieu d'habitation, le niveau d'éducation et la nationalité, permettent d'une part de mieux connaitre la population interrogée. De l'autre, ils permettent de relativiser les facteurs liés à l'influence des évènements culturels étudiés par la suite.

2.2.1.1. Sexe

Tout d'abord est-il important de signaler que 2/3 des répondants étaient des femmes. Un peu moins d'1/3 étaient des hommes et 3% des participants n'ont pas répondu à la question. Ceci est lié au fait qu'une majorité des personnes fréquentant les instituts culturels – notamment de la France – sont des femmes[29]. Il existe des différences significatives entre les femmes et les hommes : les interrogés de sexe féminin ont fait un score plus élevé dans la catégorie « tourisme » avec en moyenne 36% contre 21% chez les hommes, tandis que les interrogés de sexe masculin ont fait un score plus important dans la catégorie politique avec un score de 24% en moyenne contre 10% chez les femmes. Il existe aussi une légère différence au niveau du score Ethnico-confessionnel : alors qu'il est d'à peine 10% chez les femmes, il monte à 17% chez les hommes.

[29] Voir chapitre 1.2.2.2. de la partie empirique.

Figure 29 : Catégorisations du NBI et de Sachouriya/Labutina en fonction du sexe des interrogés



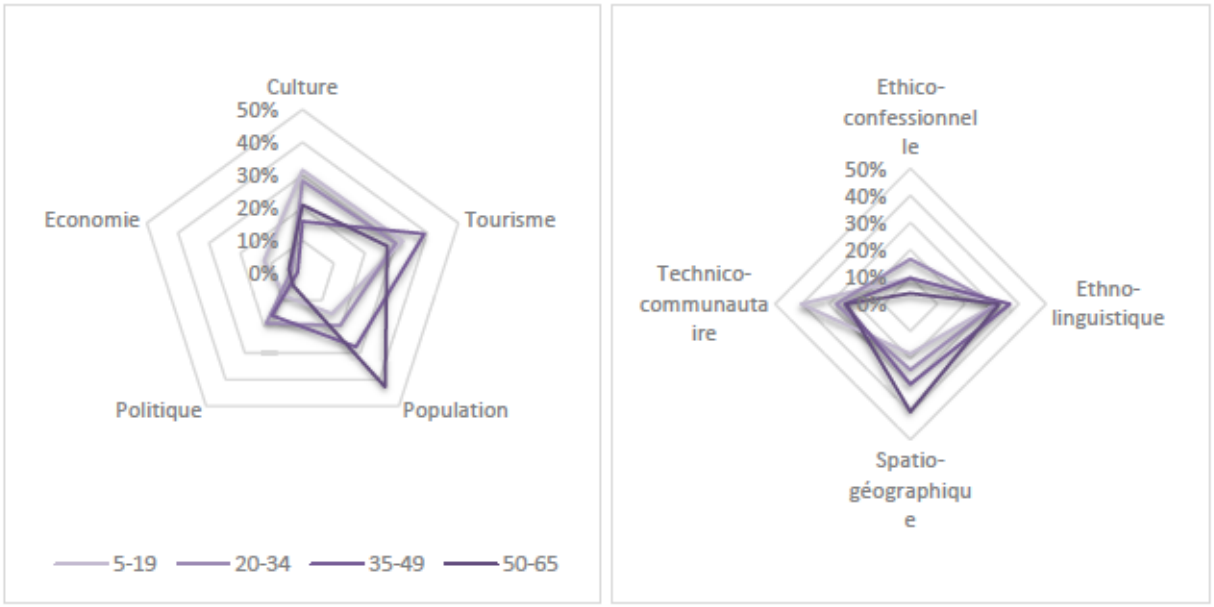
2.2.1.2. Âge

Parmi les répondants ayant indiqués leur âge (98%), 39,5% avaient entre 15 et 19, 41,5% entre 20 et 35 ans, 13,5% entre 35 et 49 ans, 5,5% 50 ans et plus.

En fonction de l'âge des interrogés, il est aussi possible de remarquer des différences significatives. Il existe une diminution progressive du score dans la catégorie « culture » (15-19 : 32% ; 20-34 : 28% ; 35-49 : 16% 50-65 : 21%) et une augmentation progressive du score dans la catégorie « population » (15-19 : 15% ; 20-34 : 20% ; 35-49 : 28% 50-65 : 43%), plus l'âge augmente. La catégorie « politique » fait un meilleur score dans la tranche d'âge de 20 à 49 (19% et 16% respectivement), la catégorie « tourisme » dans la tranche d'âge des 35-49 avec 39%.

Un autre phénomène intéressant est la diminution progressive du score dans les catégories « technico-communautaire » (15-19 : 40% ; 20-34 : 27% ; 35-49 : 24% 50-65 : 24%) et « éthico-communautaire » – à l'exception de la tranche d'âge 15-19 ans (15-19 : 10% ; 20-34 : 17% ; 35-49 : 10% 50-65 : 4%), plus l'âge augmente. En parallèle, il existe une augmentation progressive dans la catégorie « spatio-géographique » (15-19 : 18% ; 20-34 : 24% ; 35-49 : 30% 50-65 : 40%).

Figure 30 Catégorisations du NBI et de Sachouriya/Labutina en fonction de l'âge des interrogés

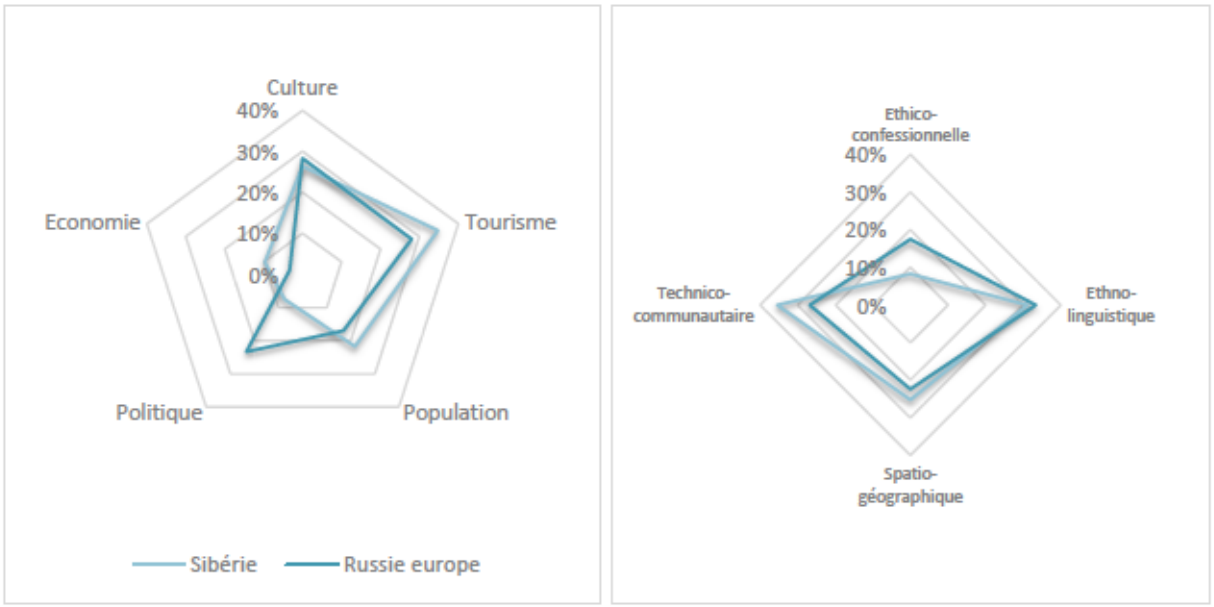


2.2.1.3. Lieu d'habitation

Pour rappel, 60% des dessins ont été récoltés en Sibérie. Le reste a été récolté dans la partie européenne de la Russie.

Il existe des différences entre la partie européenne et la partie asiatique de la Russie, notamment la catégorie « politique » du NBI fait un score de 23% dans la Russie européenne et 7% en Sibérie. La catégorie éthico-confessionnel de la catégorisation Sacj/Labutina fait 17% dans la partie européenne de la Russie et 8% dans la partie asiatique.

Figure 31 Catégorisations du NBI et de Sachouriya/Labutina en fonction du lieu de résidence des interrogés



2.2.1.4. Nationalité

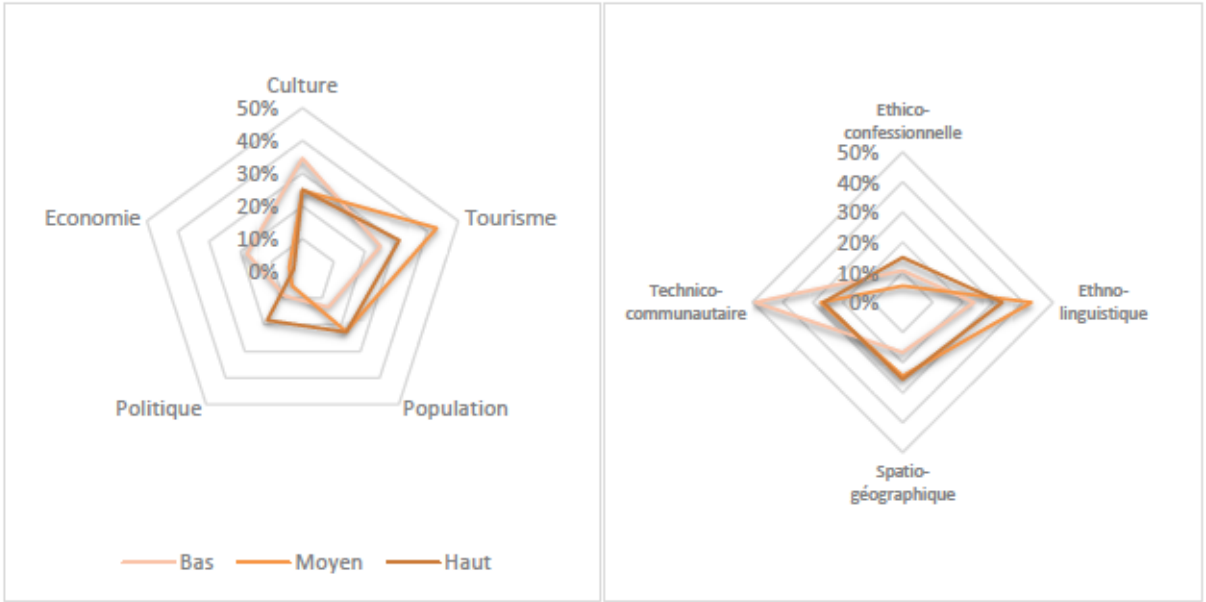
Nous ne considérons pas la nationalité comme un facteur pertinent dans l'enquête principale, puisque l'écrasante majorité des répondants est russe (98%). 2% des participants viennent de Côte d'ivoire, des Etats-Unis d'Amérique, du Kazakhstan (x2), et de Taiwan.

2.2.1.5. Niveau d'éducation

Le niveau d'éducation a été indiqué de différente manière par les répondants : soit ces derniers ont renseigné leur diplôme, soit ils ont noté « bas », « moyen » ou « haut » pour indiquer leur niveau. Afin d'uniformiser les résultats, nous avons eu recours à la classification ISCED[30]. Nous avons ainsi regroupé les résultats de la manière suivante : un ISCED 1 ou 2 correspond à un niveau d'éducation « bas », un ISCED 3 ou 4 correspond à un niveau d'éducation « moyen », Enfin, un ISCED 5 ou 6 correspond à un niveau d'éducation « haut ». Ainsi, 55% des interrogés ont indiqué avoir un haut niveau d'éducation, 19% un niveau d'éducation moyen et 26% un niveau d'éducation bas.

Il nous semble cependant difficile de tirer des conclusions sur l'influence du niveau d'éducation. Il n'y a ni augmentation, ni diminution progressive d'une des catégories en fonction de ce dernier.

Figure 32 Catégorisations du NBI et de Sachouriya/Labutina en fonction du niveau d'éducation des interrogés



[30] L' « International Standard Classification of Education » ou « Classification internationale type de l'éducation » en français est une classification des différents niveaux d'éducation applicable dans tous les différents États du monde. UNESCO Institute for Statistics, *International Standard Classification of Education. ISCED 2011*, Montreal, 2012.

2.2.2. Facteurs cognitifs

Les facteurs cognitifs en lien avec le pays sont ici représentés par le niveau de langue et la connaissance de la société du pays. Ces deux compétences sont importantes pour la présente recherche puisqu'il s'agit de facteurs sur lesquels les instituts culturels de l'Allemagne et de la France peuvent influencer. Toutefois est-il important de préciser que ces indications ont été communiquées par les participants eux-mêmes et non par un test réalisé préalablement qui aurait pu déterminer le niveau de langue du répondant et sa connaissance de la société du pays. Il s'agit donc d'une estimation des répondants sur leurs propres capacités cognitives.

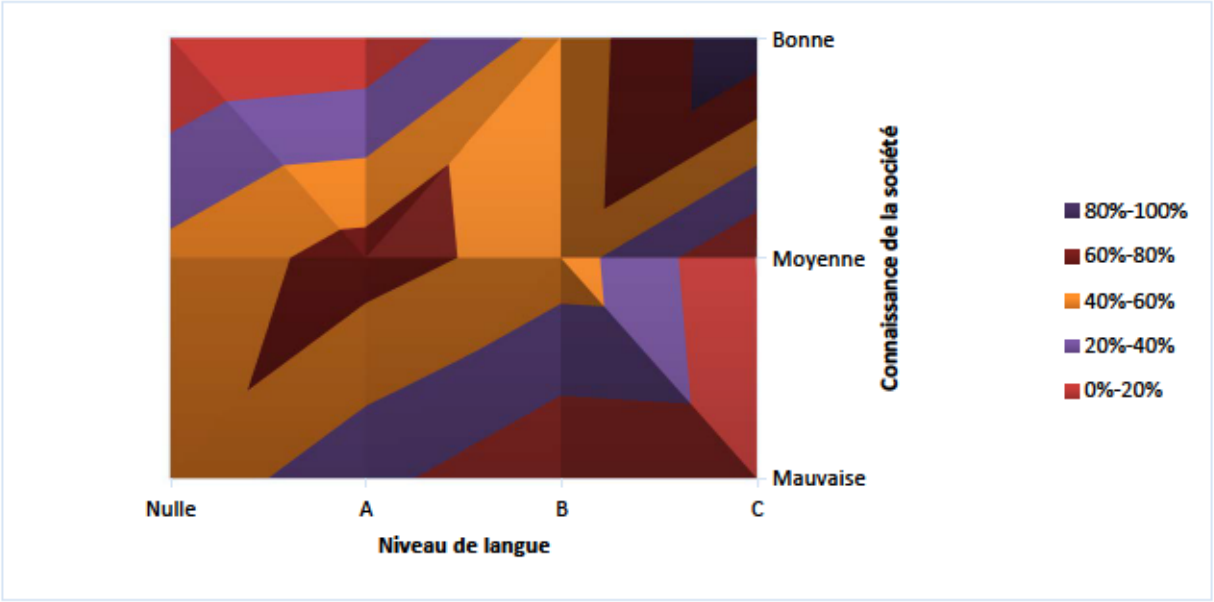
97% des répondants ont estimé leur niveau de langue (6 personnes n'ont pas répondu à la question), parmi eux, 14% ont indiqué ne pas savoir du tout parler dans la langue du pays qu'ils ont représenté. 46% ont indiqué avoir un niveau débutant (CECR : A1-A2), 29% un niveau intermédiaire (CECR : B1-B2) et 11% un niveau confirmé (CECR : C1-C2).

Seulement 86% des répondants ont estimé leur connaissance sur la société du pays représenté (28 valeurs sont manquantes), parmi eux 20% ont indiqué avoir une mauvaise connaissance de la société du pays dessiné. 52% ont déclaré avoir une connaissance moyenne, 18% une bonne et 10% une très bonne connaissance de la société du pays représenté sur leur dessin.

2.2.2.1. Corrélation entre niveau de langue et connaissance de la société

Il semble exister une corrélation entre les estimations du niveau de langue et de la connaissance de la société du pays. En effet, les personnes ayant indiqué qu'elles avaient un bon niveau de langue (CECR : C1-C2) ont aussi indiqué qu'elles avaient une bonne connaissance de la société du pays (dans 95% des cas). À l'inverse les répondants ayant signalé qu'ils avaient un mauvais niveau de langue (voire nul) ont le plus souvent aussi indiqué qu'ils avaient une mauvaise connaissance de la société du pays : en effet, 54% des répondants ayant indiqué avoir un niveau de langue nul on aussi indiqué avoir une mauvaise connaissance de la société du pays qu'ils ont dessiné, 46% de ces derniers ont déclaré avoir une connaissance moyenne. Parmi les participants ayant indiqué avoir un niveau de langue débutant (CECR : A1-A2) 26% ont déclaré avoir une mauvaise connaissance de la société, 69% une connaissance moyenne et 5% une bonne connaissance. Enfin, des répondants ayant indiqué avoir un niveau de langue intermédiaire (CECR : B1-B2), 2% ont répondu avoir une mauvaise connaissance de la société du pays qu'ils ont représenté, 50% une connaissance moyenne et 48% une bonne connaissance de cette dernière.

Figure 33 Corrélation entre le niveau de langue et la connaissance de la société du pays dessiné

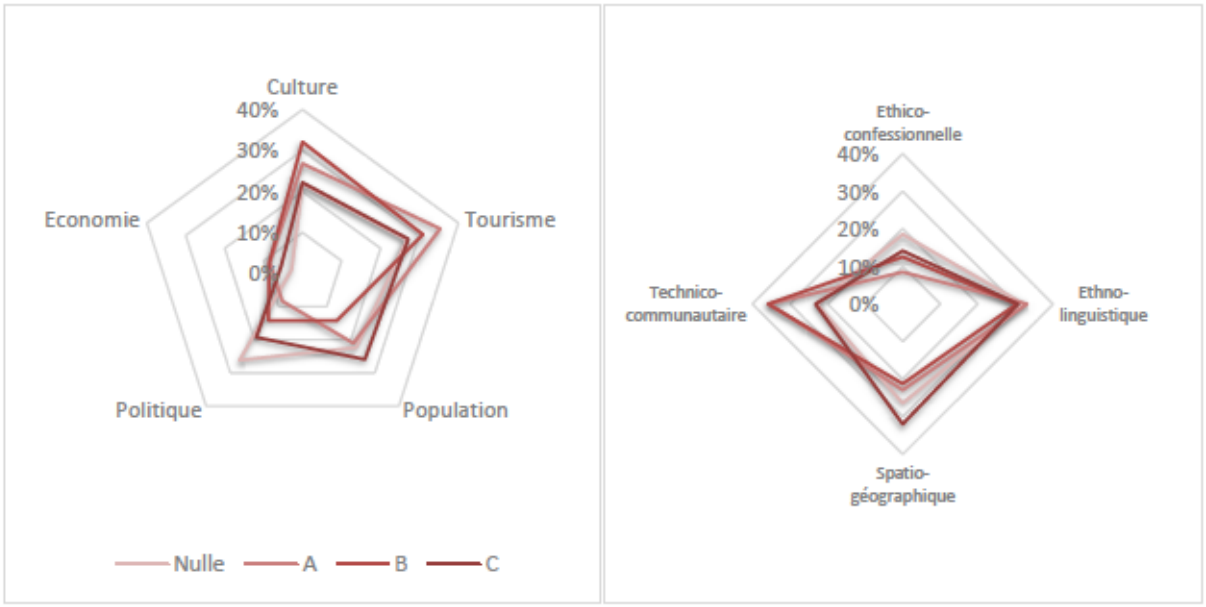


Ainsi, en raison de ses valeurs manquantes et sa corrélation avec le facteur du niveau de langue, nous avons choisi de ne pas prendre en compte les estimations de la connaissance de la société du pays dessiné par les répondants. Nous l'interprétons donc au travers du niveau de langue des interrogés.

2.2.2.2. Variations des catégories en fonction du niveau de langue

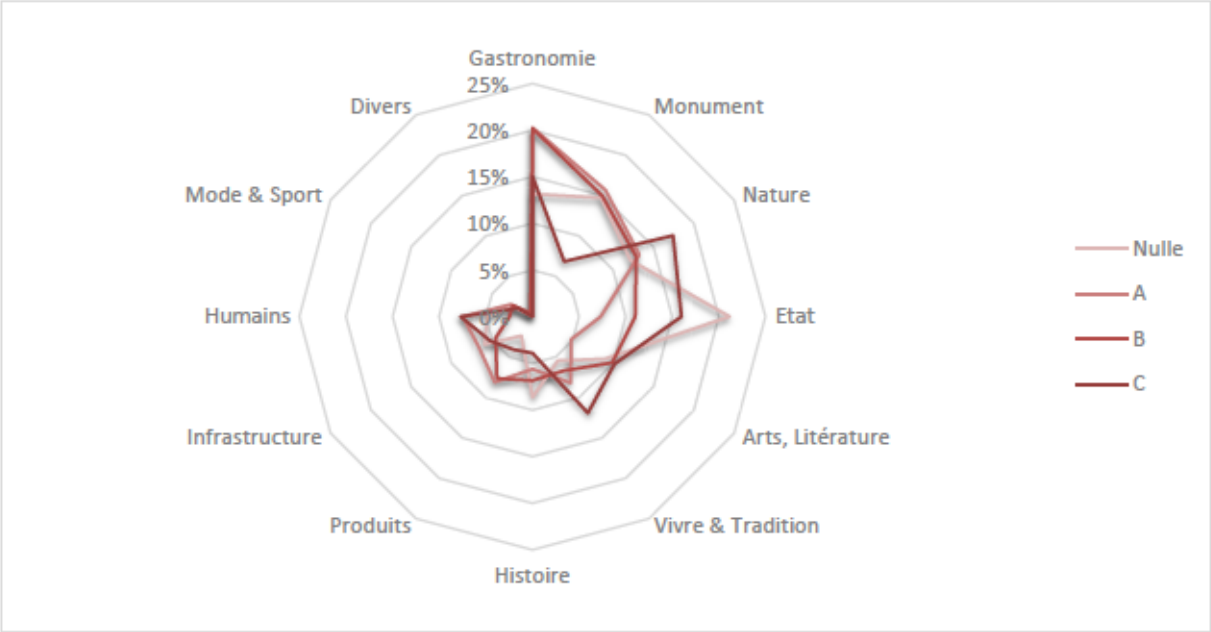
Les répondants ayant indiqué avoir un niveau de langue débutant ont fait en moyenne un score de 8% dans la catégorie « politique » du NBI, ceux ayant un niveau intermédiaire ont fait 14% et ceux ayant un bon niveau de langue ont fait 19%. Or tout ceci est contredit par le fait que les répondants ayant déclaré avoir un niveau de langue nul ont réalisé en moyenne un score de 26% dans cette catégorie. Ce schéma se répète, de manière moins significative dans la catégorie « tourisme » du NBI : on y observe une diminution progressive du score moyen plus le niveau de langue est élevé (débutant : 35%, intermédiaire : 30%, avancé : 27%), cette tendance est contredite par les résultats obtenus chez les répondants ayant indiqué avoir un niveau de langue nul avec un score moyen de 27%. De même, la catégorie « éthico-confessionnel » de la catégorisation faite par Sachouriya/Labutina semble varier en fonction du niveau de langue : les répondants ayant indiqué avoir un niveau de langue débutant ont fait en moyenne 8%, ceux ayant un niveau de langue intermédiaire ont fait 13%, ceux de niveau avancé 14% et ceux de niveau nul 19%. Enfin, il existe de forts écarts dans la catégorie « technico-communautaire » entre les répondants de niveau débutant et intermédiaire avec un score moyen de 36% pour les deux par rapport à ceux de niveau avancé et nul avec un score de 23% pour les deux. Étrangement, la catégorie « ethnolinguistique » ne varie pas.

Figure 34 Catégorisations du NBI et de Sachouriya/Labutina en fonction du niveau de langue des interrogés



Pour expliquer ces tendances paradoxales, il faut tout d'abord avoir recours à la catégorisation du NBI détaillé et adapté à la recherche présente. Les répondants ayant indiqué avoir un niveau de langue nul et ceux ayant déclaré avoir un niveau de langue avancé ont certes fait des scores semblables dans les catégories « tourisme » et « politique » du NBI, cependant ils n'ont pas dessiné la même chose. Chez les répondants de niveau nul en langue, c'est la catégorie « monument » qui semble faire le gros de la catégorie « tourisme », tandis que chez les interrogés de niveau avancé c'est la catégorie « nature ». La catégorie « État » a fait un score plus important chez les répondants ayant un niveau de langue avancé, tandis que c'est la catégorie « Histoire » qui fait un meilleur score pour les répondants ayant un niveau de langue nul.

Figure 35 Catégorisation du NBI+ en fonction du niveau de langue des interrogés

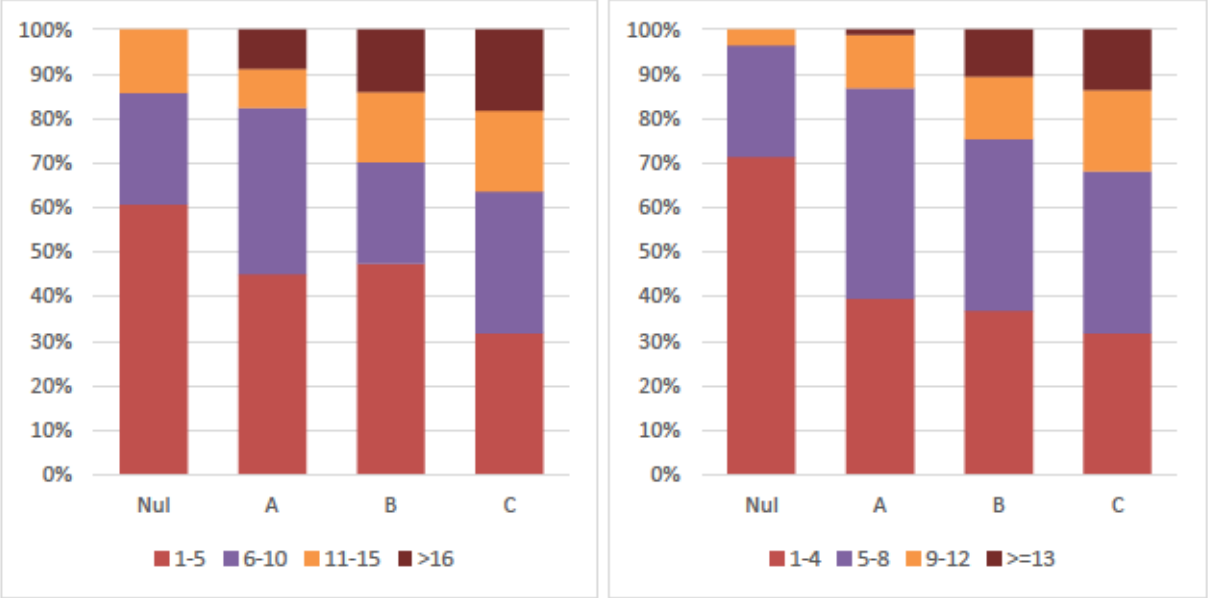


2.2.2.3. Variations du nombre d'objets dessinés en fonction du niveau de langue

Là où le niveau de langue montre une influence certaine, c'est par rapport au nombre d'objets représentés dans le dessin. En effet, 61% des répondants ayant indiqué avoir un niveau de langue nul ont dessiné entre 1 et 5 objets et 71% de ces mêmes répondants ont dessiné entre 1 et 4 objets différents. Ces chiffres diminuent plus le niveau de langue est élevé : 45% des personnes ayant un niveau de langue débutant (CECR : A1-A2) ont dessiné entre 1 et 5 objets et 40% de ceux-là ont représenté de 1 à 4 objets différents. Ces chiffres sont de 47% et 37% pour les répondants ayant indiqué avoir un niveau de langue intermédiaire (CECR : B1-B2) et de 32% et 32% pour ceux ayant un niveau de langue avancé (CECR : C1-C2).

À l'inverse, seulement 14% des répondants ayant déclaré avoir un niveau de langue nul ont dessiné plus de 11 objets et 4% d'entre eux ont représenté plus de 9 objets différents. Ces chiffres augmentent plus le niveau de langue est avancé : ils sont respectivement de 17% et 13% pour les débutants, 30% et 30% pour ceux qui ont un niveau intermédiaire et de 36% et 34% pour les répondants ayant un niveau de langue avancé . Ces derniers ont donc une image du pays plus riche et variée que les répondants ayant un niveau de langue nul.

Figure 36 Nombre d'objets (à gauche) et nombre d'objets différents dessinés (à droite) en fonction du niveau de langue



2.2.3. *Facteurs affectifs*

Les liens affectifs que les interrogés ont avec des personnes du pays représenté – que ce soit de la famille ou des amis – et l'opinion qu'ils ont avec ce dernier font office de facteurs affectifs dans la présente recherche. Ces facteurs ne peuvent être influencés qu'indirectement par les instituts culturels allemands et français. Pour ce qui est des liens affectifs, ils peuvent être créés par le biais de correspondances ou de programme d'échange par exemple. L'opinion qu'ont certaines personnes sur le pays peut être améliorée au sein des évènements culturels et artistiques proposés par les instituts culturels allemands et français. Dans les deux cas, les instituts ne maitrisent pas totalement les résultats de leurs projets.

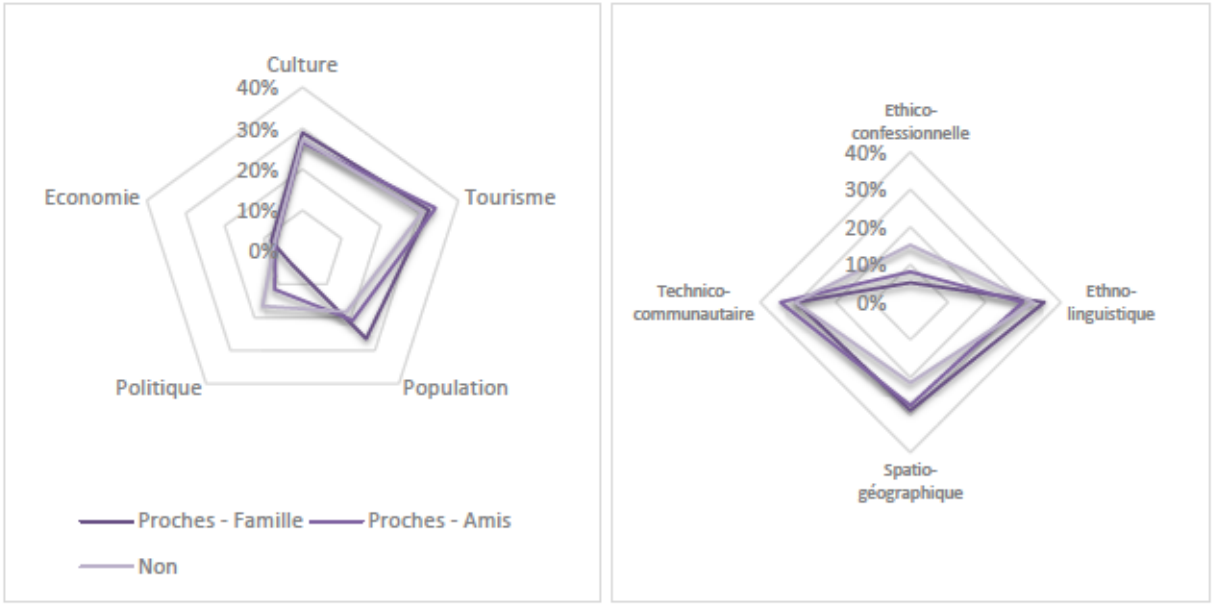
2.2.3.1. Liens affectifs

57% des répondants ont indiqué ne pas avoir de proches – c'est-à-dire ni ami, ni membre de la famille – dans le pays qu'ils ont dessiné. 34% des interrogés ont déclaré y avoir « seulement » des amis, 9% ont indiqué avoir de la famille dans le pays représenté.

Les répondants ayant indiqué qu'ils avaient de la famille dans le pays dessiné ont fait en moyenne un score de 4% dans la catégorie « Politique » du NBI. Ceux qui ont indiqué y avoir des amis ont réalisé un score de 12% et ceux qui n'ont aucun proche dans le pays dessiné ont obtenu un score de 17%. De manière moins significatif, le score de la catégorie « Population » du NBI augmente si le répondant à des amis (21% en moyenne) ou de la famille (26% en moyenne) dans le pays qu'il a représenté par rapport à ceux qui n'y ont pas de proches (18% en moyenne). Il existe une différence entre les personnes ayant des proches et ceux n'en ayant pas dans la catégorie « Ethico-

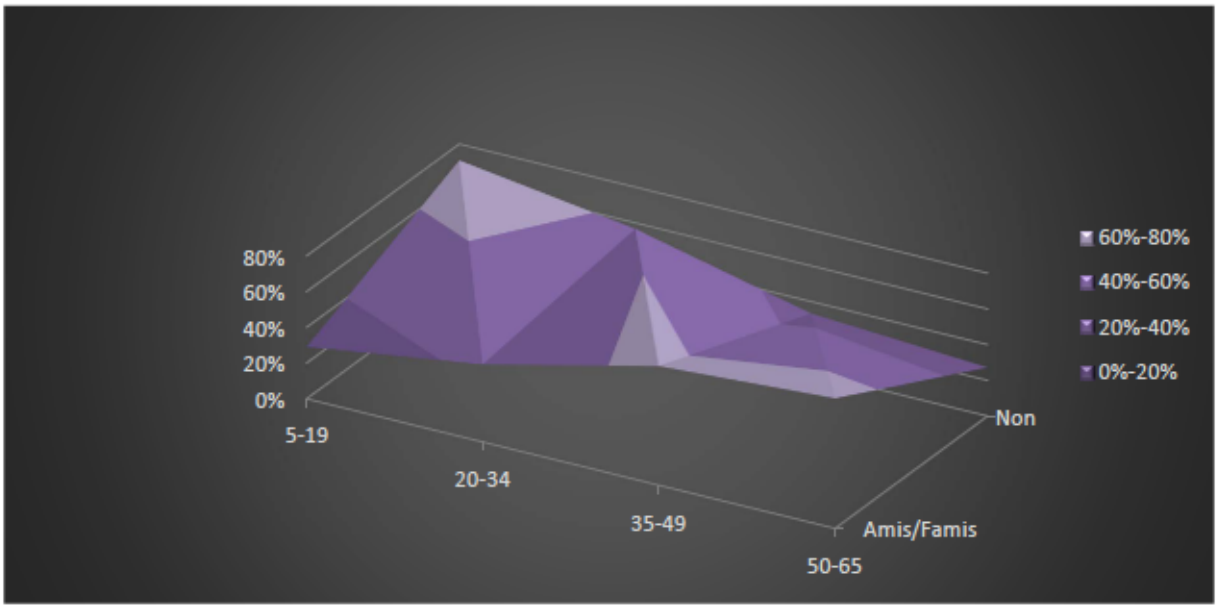
confessionelle » et « Spatio-géographique » de la catégorisation réalisée par Sachouriya/Labutina : dans la première catégorie le fait d'avoir un proche fait diminuer le score moyenne de la catégorie (27% contre 31%), dans la seconde cela fait augmenter le score moyen (27% contre 22%).

Figure 37 Catégorisations du NBI et de Sachouriya/Labutina en fonction des proches que connaissent les interrogés dans le pays représenté



Toutefois ces variations présentent un schéma ressemblant aux variations selon l'âge. Il s'agit donc de vérifier s'il n'existe pas une corrélation entre ces deux facteurs. Effectivement, 47% des répondants ayant indiqué avoir de la famille dans le pays représenté avait plus de 35 ans, dont 35% avaient plus de 50 ans. Parmi les plus de 50 ans, seulement 27% ont indiqué ne pas avoir de proches dans le pays dessiné. Il semble donc exister une corrélation entre l'âge et les proches dans cette enquête.

Figure 38 Corrélation entre l'âge et les proches



2.2.3.2. Opinion

Pour l'enquête principale seulement 34 interrogés ont indiqué leur opinion sur le pays. Cela tient au fait que cette question n'a pas été posée à tous les interrogés : l'opinion sur le pays dessiné n'a pas été demandée aux répondants présents dans les instituts culturels, elle n'a pas non plus été demandée aux étudiants en cours de langue au collège[31] pédagogique d'Irkoutsk ou aux élèves de l'école n°13 d'Angarsk. En effet, nous sommes partis de l'idée que si les répondants avaient fait le choix de venir à l'institut ou d'apprendre la langue du pays, c'est qu'ils avaient une opinion positive, à la rigueur neutre du pays, comme le laisse supposer les interprétations des résultats du chapitre 1[32]. Pour autant, rien ne permet de vérifier cette supposition dans l'enquête principale. De plus, au vu du peu de valeurs disponibles pour l'analyse, l'opinion ne peut être un facteur pertinent pour la présente recherche. Toutefois, il est possible ici d'avoir recours aux enquêtes secondaires pour saisir l'influence de l'opinion sur le dessin.

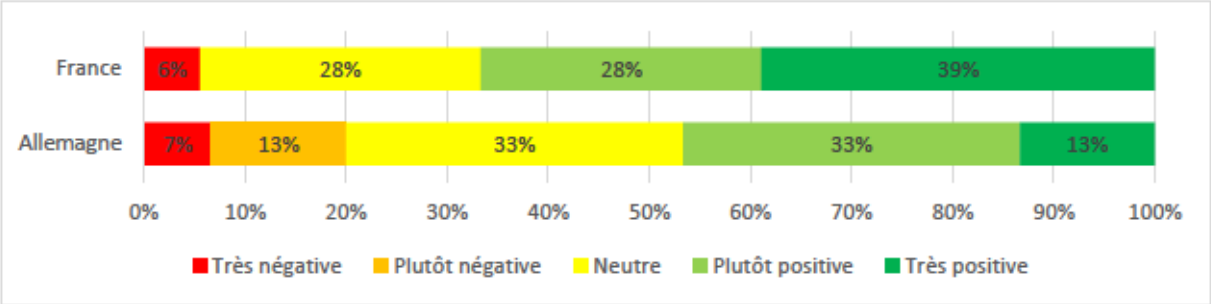
Si l'on se réfère aux seules valeurs de l'enquête principale, les répondants ont en moyenne indiqué avoir une meilleure opinion de la France – avec 28% d'opinions plutôt positives et 39% de très positives contre 28% de neutres et 6% de très négatives – que de de l'Allemagne (33% d'opinions plutôt positive et 13% de très positives contre 33% de neutres, 13% de plutôt négatives et 7% de très négatives). Les personnes interrogées à ce sujet n'étaient pas en lien avec les instituts culturels de l'Allemagne ou de la France.

---

31 Contrairement au système éducatif français, le collège (колледж) en Russie correspond aux *colleges* en Angleterre ou aux États-Unis c.à.d. à des études spécialisées après la fin des études secondaires.

32 Voir 1.2.4. de la partie empirique

Figure 39 Opinion sur le pays représenté

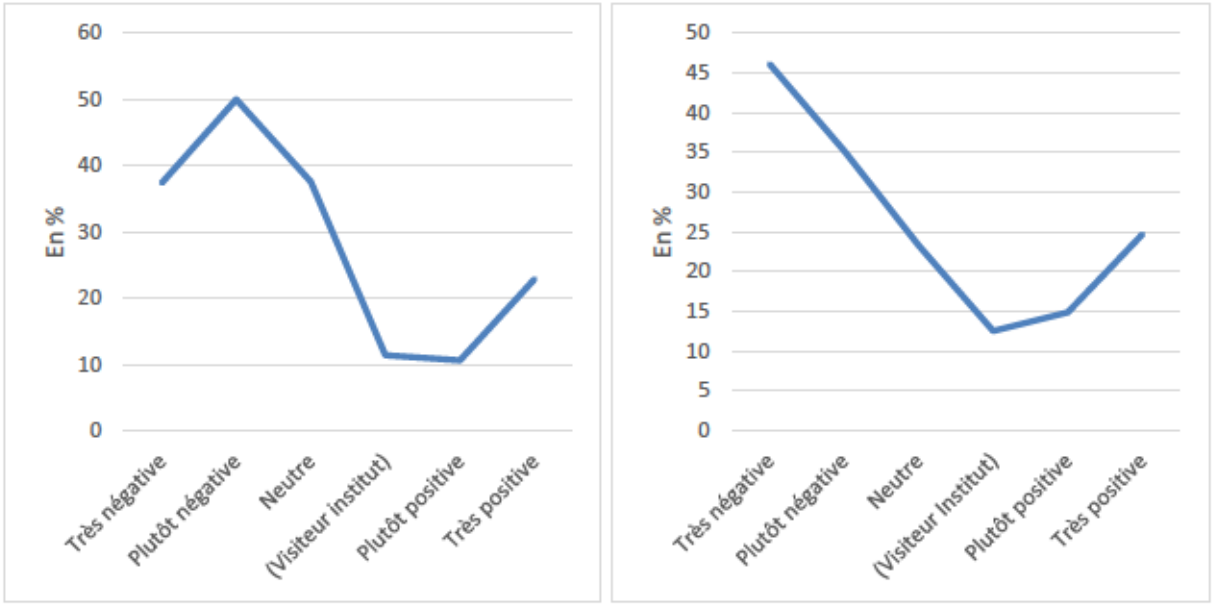


Il est possible d'observer des variations sur la catégorie politique du NBI selon l'opinion des répondants. En effet, une opinion très négative ou négative sur le pays a tendance à faire augmenter le score de la catégorie « politique » : il est en moyenne de 37% et 50% respectivement. Ce chiffre diminue si les opinions neutres (38%) ou plutôt positives (11%). Il réaugmente légèrement si les opinions sont très positives.

Toutefois, au vu de peu de données il est difficile de tirer une conclusion définitive ici. Pour cela, il est nécessaire de recourir aux enquêtes secondaires. Grâce à ces dernières nous pouvons tripler les données disponibles sur une possible corrélation entre la catégorie « politique » du NBI et l'opinion des répondants sur le pays représenté. Il s'avère effectivement qu'une opinion très négative ou plutôt négative sur le pays a tendance à faire augmenter le score dans la catégorie « politique » du NBI avec respectivement 46% et 35% de score moyen. Ce chiffre baisse à 23% pour les opinions neutres et à 14% pour les opinions plutôt positives. Il réaugmente légèrement lorsque les répondants ont déclaré avoir une opinion très positive du pays.

Dans cette courbe de tendance, les personnes interrogées au sein des instituts culturels ou lors des cours de langue semblent bien se situer au niveau de ceux qui ont une opinion plutôt positive du pays dessiné.

Figure 40 Variations de la catégorie « Politique » du NBI en fonction de l'opinion des répondants de l'enquête principale seulement (à gauche) et des répondants des enquêtes principales et secondaires (à droite).



Selon Carl Schmitt, si le domaine de l'Esthétique s'exerce à distinguer le Beau du Laid, celui de la Morale le Bien du Mal, la catégorie du Politique distingue quant à elle l'Ami et l'Ennemi[33]. Il est possible de retrouver ici une représentation de l'autre pays se transformant en « image de l'ennemi [politique] »[34]. Cette dernière est caractérisée ici par un haut score dans la catégorie « politique » du NBI associée à une opinion négative du pays.

S'il existe une « image de l'ennemi », il y a également une « image de l'ami [politique] » qui se manifeste avec une image fortement politisée associée à une opinion très positive du pays[35].

2.2.4. Facteurs conatifs I : Visite du pays

Les facteurs conatifs sont représentés ici par tout ce qui se rapporte aux efforts déjà entrepris par les interrogés vers un rapprochement avec le pays dessiné : la fréquentation d'un évènement proposé par les instituts culturels du pays en est un, le fait d'être déjà allé dans le pays en est une autre. Il s'agit aussi d'analyser le comportement des répondants en termes d'intensité et de durée : s'agissait-il de la seule et unique fois où la personne interrogée participait à un évènement proposé par les instituts ou vient-elle régulièrement et depuis un certain temps aux différents évènements culturels ?

---

33 Carl Schmitt, *Der Begriff des Politischen*, Berlin, Duncker und Humblot, 1932, p. 26.

34 Plus de détails dans Татьяна Л. Лабутина, *К вопросу об этнических стереотипах в исторической имагологии. op. cit.*, p. 58–61.

35 Plus de détails dans : Adrien Houguet, *Современные взаимные представления немцев, французов и россиян друг о друге. op. cit.*, p. 445–446.

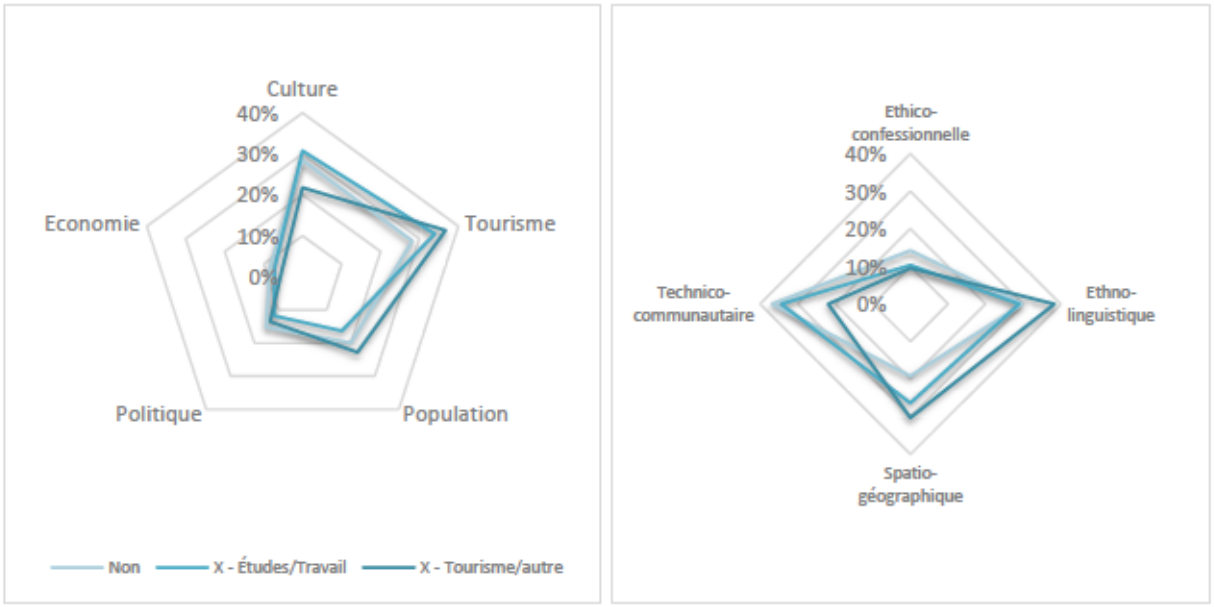
Les facteurs conatifs sont ainsi beaucoup liés aux expériences vécues par les répondants. Nous commençons ici par les liens entre la visite d'un pays et la représentation de ce dernier dans les dessins. La seconde partie de l'étude des facteurs conatifs est consacrée à l'influence des instituts et des évènements culturels sur les dessins. Enfin, la troisième partie concerne les changements des représentations du pays à travers les évènements culturels selon l'avis des répondants.

2.2.4.1. Raisons de la visite

Il est souvent supposé que le fait d'avoir déjà été dans le pays joue un rôle dans la représentation de ce dernier par les personnes traversées par cette expérience. Encore faut-il connaitre les raisons pour lesquelles les personnes se sont rendues au pays. Dans l'enquête principale 53% des répondants ont déjà visité le pays et 47% n'y sont jamais allés. Parmi les répondants qui ont déjà été dans le pays, 28% s'y sont rendus dans le cadre des études, 19% dans le cadre du travail et 29% pour des raisons touristiques. 23% n'ont pas indiqué de raisons précises.

Sans surprise, les répondants ayant été dans le pays pour des raisons touristiques ou autres ont fait un haut score dans la catégorie « tourisme » du NBI avec 37%. Les personnes interrogées s'étant rendues dans le cadre de leurs études et de leur travail ont fait 34%. Enfin, les répondants qui n'ont jamais séjourné dans le pays ont fait un score moins élevé dans cette catégorie avec 28%. Le fait d'être allé dans le pays influe sur la catégorie « spatio-géographique de la catégorisation réalisée par Sachouriya/Labutina. Les répondants s'étant rendus dans le pays pour des raisons touristiques ou autres y ont fait un score de 30%, ceux qui y ont séjourné pour leurs études ou pour le travail ont fait un score de 26% et ceux qui n'y ont pas séjourné ont fait un score de 19%.

Figure 41 Catégorisations du NBI et de Sachouriya/Labutina en fonction des raisons pour lesquelles les répondants se sont rendus au pays dessiné



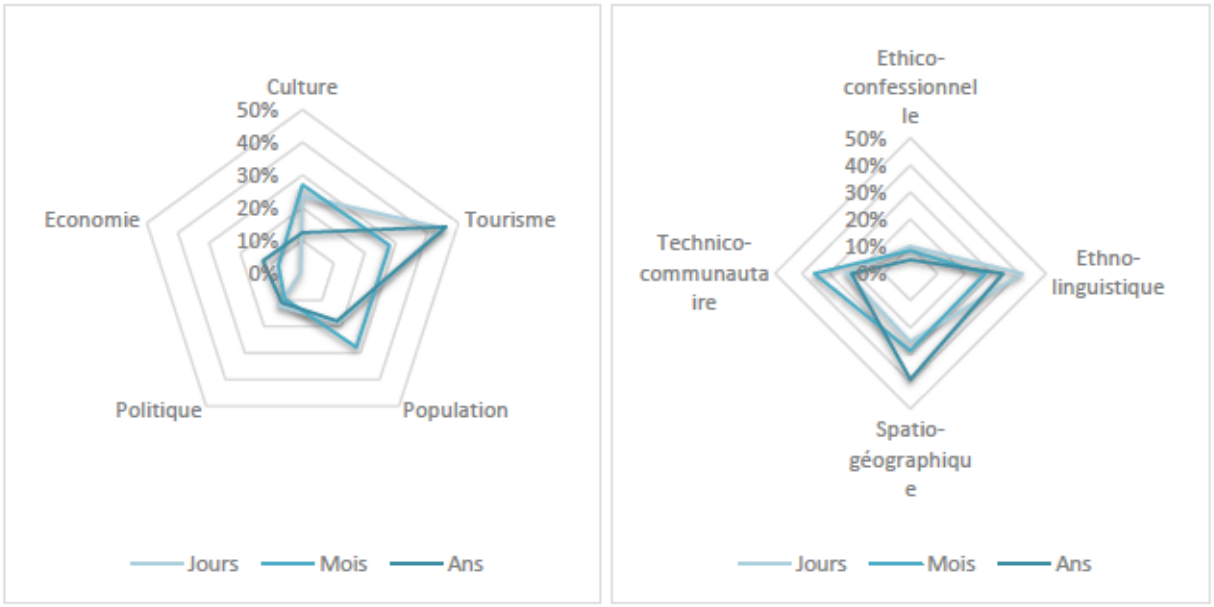
2.2.4.2. Durée de la visite

Plus pertinent que les raisons, ce sont les effets de la durée du séjour qui doivent être étudiés attentivement. Toutefois, il faut retenir à l'esprit que 51% des personnes ayant indiqué qu'elles ont séjourné au moins une fois dans le pays, n'ont pas fait mention de la durée de leur séjour au total (ceci représente seulement 54 valeurs analysables[36]). Parmi les répondants ayant indiqué la durée de leur séjour, 37% d'entre eux y ont séjourné quelques jours, 46% quelques mois et 17% quelques années.

Ici c'est aussi la catégorie « Tourisme » du NBI qui retient mon attention. En effet, les personnes ayant séjourné quelques jours et ceux ayant séjourné quelques années ont fait relativement le même score avec respectivement 45% et 46%. Ce sont des scores très élevés. La catégorie « spatio-géographique de la catégorisation réalisée par Sachouriya/Labutina montre ici aussi un schéma intéressant. Le score est plus élevé plus la durée du séjour est longue : il est de 25% pour les personnes restées quelques jours, de 28% pour les personnes restées quelques mois et de 39% pour les personnes restées quelques années dans le pays. Pour rappel, ce chiffre est de 19% pour les répondants n'ayant jamais séjourné dans le pays.

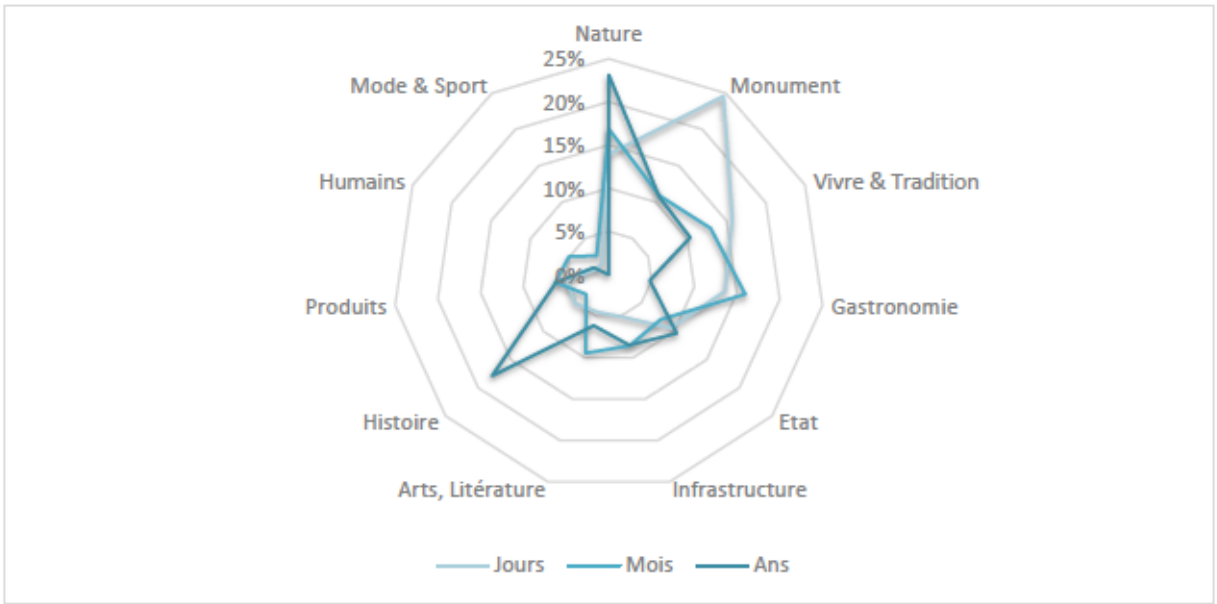
[36] Il est possible que les autres répondants n'aient pas indiqué la durée de leur séjour à cause de la complexité de la question qui stipulait que l' interrogé précise tout d'abord s'il est déjà allé dans le pays ou non, pour quelles raisons et pour combien de temps.

Figure 42 Catégorisations du NBI et de Sachouriya/Labutina en fonction de la durée du séjour dans le pays dessiné



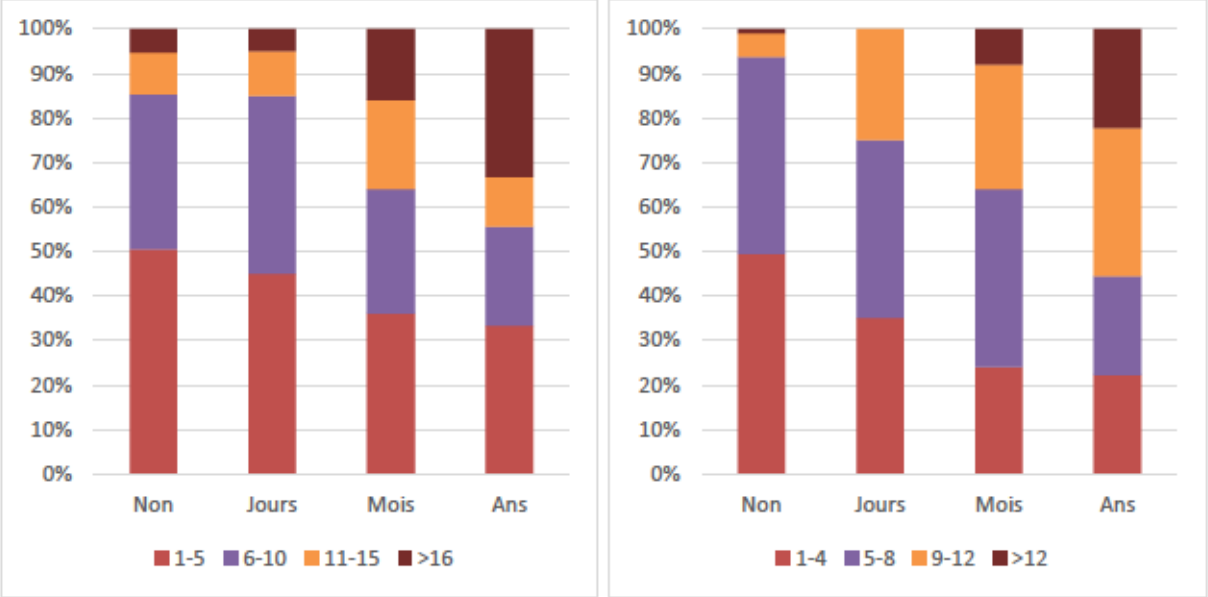
Pour comprendre les différences entre les personnes ayant séjourné quelques jours dans le pays et ceux étant restés quelques années dans la catégorie « tourisme », il faut là encore rechercher du côté de la catégorisation du NBI détaillée. Les personnes restées quelques jours dans le pays ont surtout fait un score élevé dans la catégorie « Monument » avec 25%, tandis que cette catégorie est moins importante pour celles ayant séjourné des années dans le pays (11%). Pour ces dernières, c'est la catégorie « Nature » qui fait un score très élevé avec 23%, et « Histoire » avec 18%. Une représentation avisée de l'espace et du temps d'un pays semble résulter d'un long séjour dans ce dernier.

Figure 43 Catégorisation du NBI+ en fonction de la durée du séjour dans le pays dessiné



Enfin, de manière logique, plus leur séjour dans le pays a été long, plus les répondants ont une image riche et variée de ce dernier. 50% répondants n'ayant pas séjourné dans le pays représenté ont dessiné 5 objets ou moins et 4 objets différents ou moins. Ces chiffres diminuent progressivement en fonction de la longueur du séjour : ils sont de 45% et 35% pour les répondants restés quelques jours, 36% et 24% pour ceux restés quelques mois et 33% et 22% pour ceux restés des années. Inversement, 15% des répondants n'ayant pas été dans le pays ont dessiné plus de 10 objets et 6% ont dessiné plus de 8 objets différents. 15% de ceux y ayant séjourné quelques jours ont dessiné plus de 10 objets et 25% en ont dessiné plus de 8 différents. Ces chiffres sont de 36% et 36% des répondants restés quelques mois et 44% et 56% de ceux restés des années.

Figure 44 Nombre d'objets (à gauche) et nombre d'objets différents dessinés (à droite) en fonction du niveau de la durée du séjour dans le pays dessiné



2.2.5. Facteurs conatifs II : Fréquentation des instituts culturels et de leurs évènements

Après avoir étudié l'influence des facteurs sociodémographiques, cognitifs, affectifs et une partie des facteurs conatifs, Nous arrivons maintenant au cœur de la présente recherche : il s'agit de mesurer les effets évènements culturels sur les images, notamment par rapport à l'intensité et la durée de fréquentation de ces derniers par les répondants.

2.2.5.1. Dessins récoltés auprès des instituts culturels

Une partie des dessins a été récoltée au sein d'évènements culturels coproduits par les instituts culturels de l'Allemagne et de la France. En effet 53% des dessins ont été récoltés auprès des instituts et 47% en dehors. Parmi les dessins récoltés auprès des instituts 35% proviennent de ceux de l'Allemagne et 65% de ceux de la France. De ce

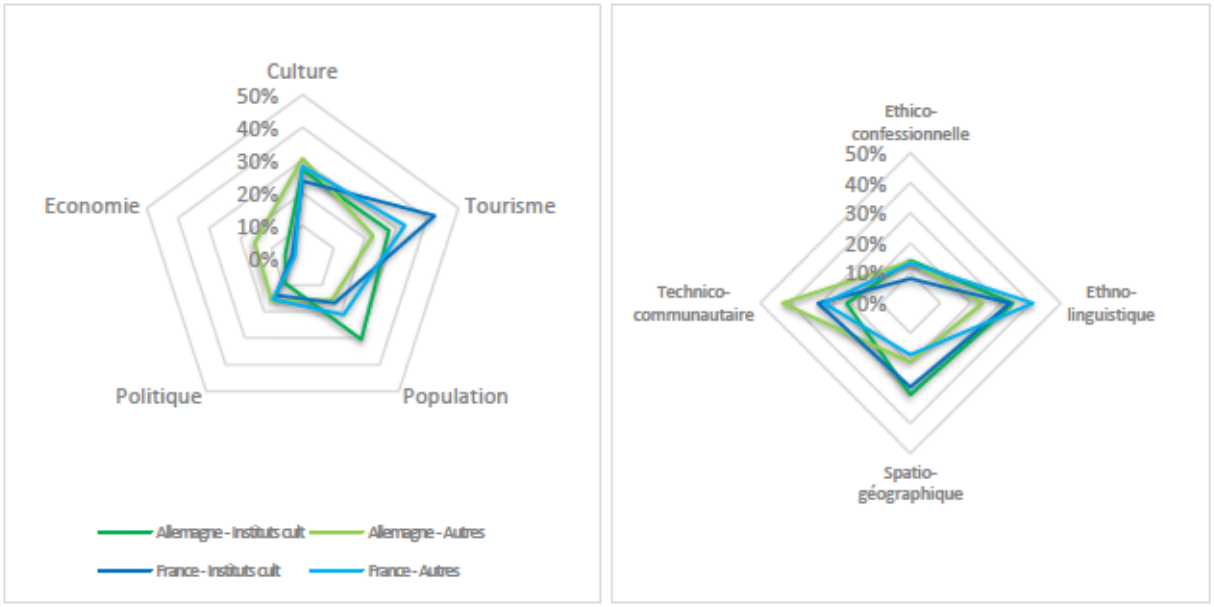
fait, l'influence de l'image de la France pourrait couvrir en partie les résultats des dessins récoltés auprès des instituts. C'est pourquoi nous avons décidé de séparer, dans un premier temps, les résultats entre les dessins de l'Allemagne et de la France.

Ainsi, il semble que les dessins récoltés auprès des instituts présentent un score plus élevé dans la catégorie « Tourisme » du NBI. En effet, les répondants dont les dessins ont été collectés auprès des instituts ont fait un score moyen de 42% pour ceux de la France et de 27% pour ceux de l'Allemagne, contre respectivement 33% et 23% pour la France et l'Allemagne chez les répondants dont les dessins n'ont pas été récoltés auprès des instituts.

Toutefois, faut-il rappeler que la catégorie « Tourisme » du NBI est composée des catégories « Monument » et « Nature » dans la catégorisation du NBI détaillé. Il est possible d'observer ici une diminution du score de la catégorie « monument » du côté français (20% contre 26%) et une augmentation de la catégorie « nature » du côté allemand et français (16% contre 11% côté allemand et 16% contre 6% du côté français) pour les dessins récoltés auprès des instituts.

Enfin – cela va de pair avec les résultats de la catégorie « nature » – la catégorie « spatio-géographique » de la catégorisation formulée par de Sachouriya/Labutina fait en moyenne un meilleur score pour les dessins récoltés auprès des instituts avec un score moyen de 30% du côté allemand et 28% du côté français, contre respectivement 20% et 17% pour l'Allemagne et la France chez les répondants dont les dessins n'ont pas été récoltés auprès des instituts culturels.

Figure 45 Catégorisations du NBI et de Sachouriya/Labutina par rapport aux dessins récoltés auprès des instituts culturels de l'Allemagne et de la France ou non



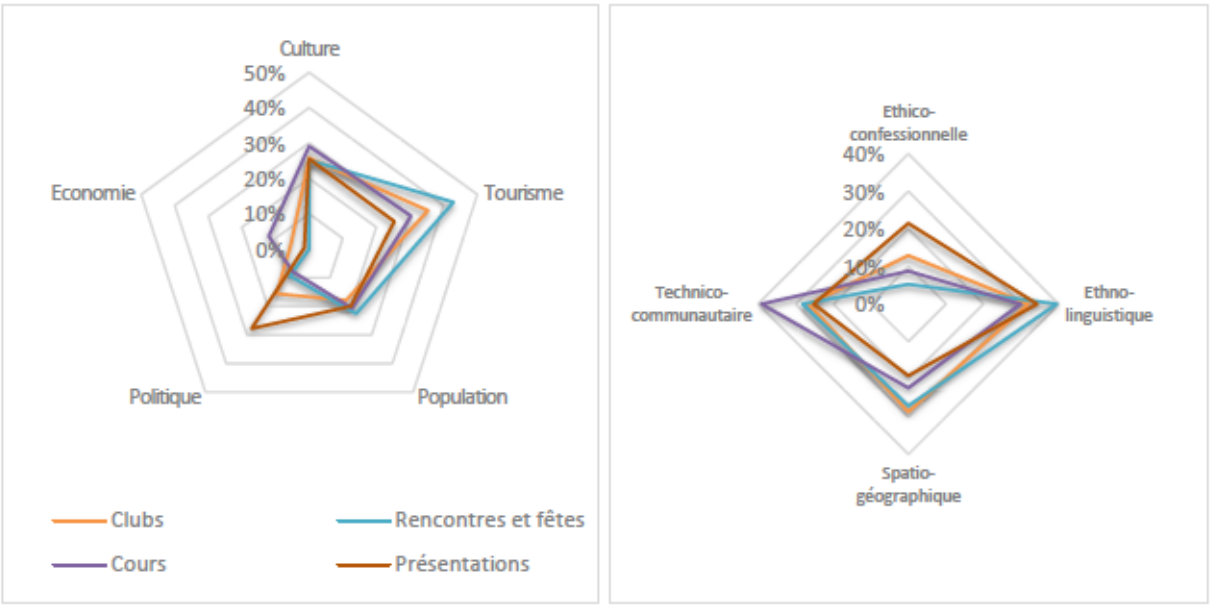
2.2.5.2. Types d'évènements fréquentés

Les évènements durant lesquels nous avons récolté les dessins ont été regroupés en quatre groupes : « Clubs », « Rencontres et fêtes », « Cours de langue » et « Présentations ». Le premier groupe (30% des dessins) correspond aux clubs de conversation et de lecture ainsi que le camp d'hiver au Baïkal. Le second groupe (8% des dessins) contient les dessins récoltés lors des rencontres « Energy observer », « Guillaume Gallienne » et une soirée musicale à l'Institut Français ainsi que les fêtes « Sormovo Montamarte » et la fête d'été au Goethe Institut de Moscou. Le troisième groupe (44% des dessins) englobe les cours de langue de l'institut Goethe et l'alliance française de Novossibirsk, ainsi que ceux du collège pédagogique d'Irkoutsk et de l'école n°13 d'Angarsk. Nous y avons rajouté les dessins réalisés par les participants de la dictée fédérale à Irkoutsk. Enfin, le dernier groupe (18% des dessins) correspond aux présentations des recherches réalisées à l'école des hautes études en sciences économiques ainsi qu'au centre d'études sociales indépendantes d'Irkoutsk.

Puisqu'il n'y a pas de rapport hiérarchique entre les différents groupes, il est difficile de déterminer certaines tendances. Toujours est-il que les évènements culturels et artistiques coproduits par les instituts culturels de l'Allemagne et de la France en Russie vont plus concerner le premier, « Clubs » et deuxième groupe « Rencontres et Fêtes ». Les cours de langue peuvent être divisés entre ceux dispensés par l'institut et ceux qui se déroulent en dehors. Enfin les instituts culturels ne jouent quasiment aucun rôle sur le quatrième groupe « présentation ».

Il est possible de constater que les répondants, dont les dessins ont été récoltés lors de rencontres ou de fêtes et – dans une moindre mesure – lors de clubs, ont réalisé un score plus important dans la catégorie « Tourisme » du NBI avec respectivement 43% et 30%. Les dessins récoltés lors de rencontres ou de fêtes ont cependant réalisé un score plus important dans la catégorie « monument » du NBI détaillée avec 24% (contre 15% du côté des clubs). Les dessins récoltés lors des clubs ont fait un score légèrement plus élevé dans la catégorie « Nature » avec 16% (contre 12% du côté des rencontres ou des fêtes). De même, c'est la catégorie « spatio-géographique » de la catégorisation de Sachouriya/Labutina qui réalise un meilleur score chez les répondants, dont les dessins ont été récoltés lors de rencontres ou de fêtes et lors de clubs avec respectivement 29% et 27%.

Figure 46 Catégorisations du NBI et de Sachouriya/Labutina selon le type d'évènement où les dessins ont été récoltés



2.2.5.3. Taux de fréquentation

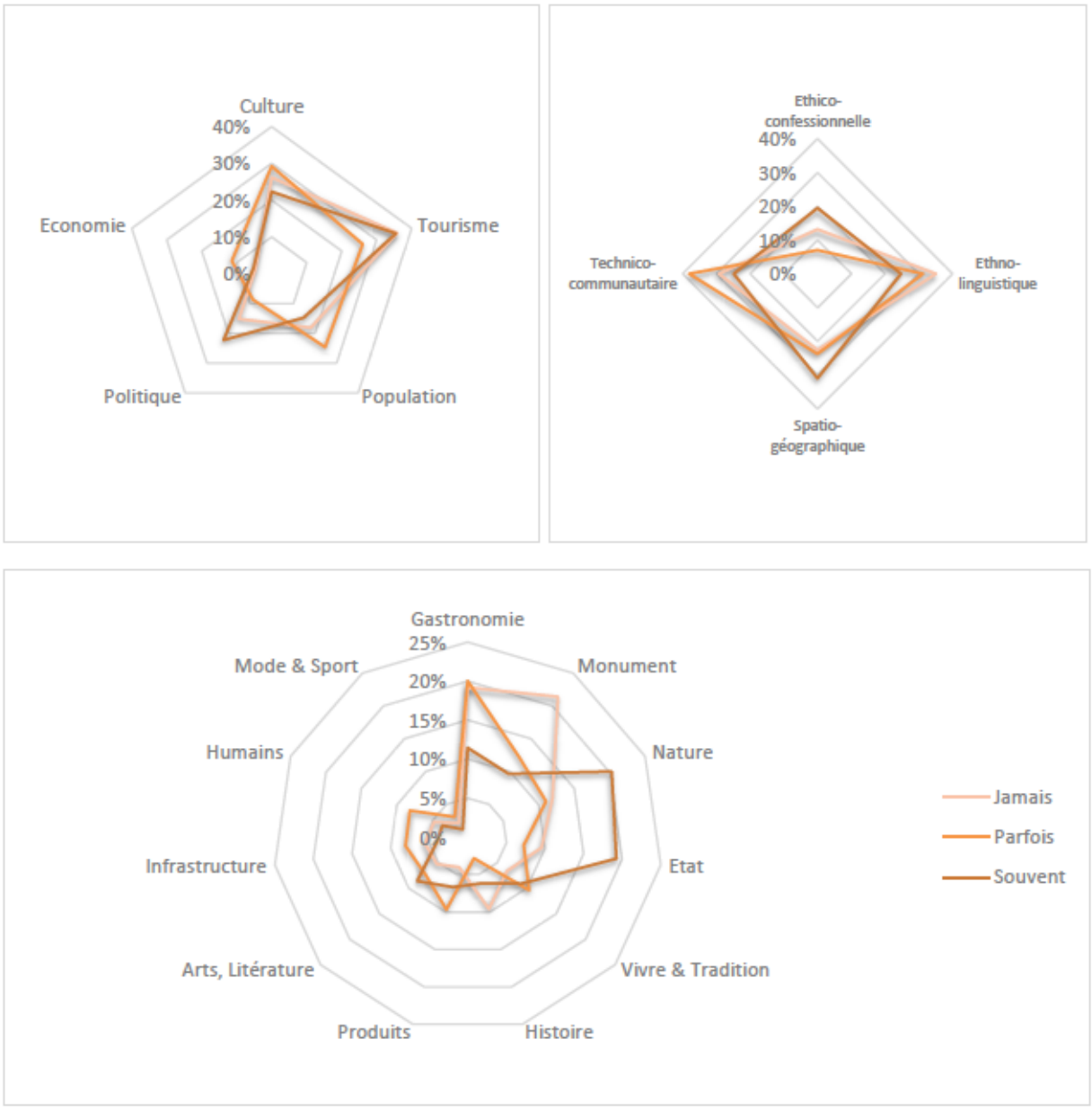
99% des répondants ont répondu à quelle fréquence ils se rendent aux évènements culturels et artistiques coproduits par les instituts culturels de l'Allemagne et de la France : 47% d'entre eux ont déclaré ne jamais avoir participé à ces évènements, 37% des répondants y participent « parfois », 8% « souvent » et 8% autres « très souvent ». Pour faciliter la visualisation des données, ces deux derniers groupes sont réunis sous la dénomination « souvent ».

En fonction de l'intensité de fréquentation des évènements le score de la catégorie « tourisme » varie : il s'agit de 36% pour les répondants n'ayant jamais participé aux évènements culturels, 26% pour ceux y participant parfois et de nouveau 36% pour ceux y participants souvent voire très souvent. En observant la catégorisation du NBI détaillé, il est possible de constater que les répondants ne se rendant jamais aux évènements culturels et ceux s'y rendant souvent ont fait le même score dans la catégorie tourisme mais non pas dessiné la même chose : pour les premiers, il s'agit de la catégorie « Monument » avec 21 %, soit deux fois plus que pour les répondants se rendant aux évènements, pour les seconds c'est la catégorie « Nature » qui fait un score de 20%, contre 11% pour ceux ne venant jamais aux évènements culturels. Le schéma ressemble à ce qui a été observé pour la connaissance de la langue, la durée de la visite du pays et les dessins ayant été récoltés auprès des instituts.

Le score de la catégorie « Politique » est également plus élevé chez les personnes ayant indiqué venir souvent et très souvent aux évènements culturels. Ceci est associé avec un haut score de 19% dans la catégorie « État » du NBI détaillé. Du côté de la catégorisation réalisée par Sachouriya/Labutina, ce sont les catégories « Spatio-

géographique » et « Éthico-confessionnelle » qui semblent se démarquer lorsque les répondants fréquentent souvent ou très souvent les évènements culturels avec un score de respectivement 31% et 19%.

Figure 47 Catégorisations du NBI, de Sachouriya/Labutina et du NBI+ en fonction du taux de fréquentation aux évènements culturels



Toutefois, il est encore trop tôt pour tirer des conclusions concernant les effets des évènements culturels sur ces images. En effet, il n'est pas encore possible d'affirmer que les répondants ont *reçu* une certaine image du pays par les instituts culturels : il se peut également que les interrogés soient *venus* avec une certaine image du pays auquel la fréquentation aux évènements culturels n'a rien changé. Pour cela il est nécessaire d'étudier les effets des évènements culturels dans la durée afin d'y voir un réel changement.

2.2.5.4. Durée de fréquentation

Parmi les répondants ayant fréquenté les évènements culturels parfois, souvent ou très souvent, seuls 36% ont aussi indiqué depuis combien de temps ils participent à ces évènements. Ceci présente un total de 39 valeurs. Parmi ces derniers, 20% ont déclaré commencer à venir aux évènements proposés par les instituts culturels avant 2015, 62% d'entre eux ont débuté entre 2015 et 2018, enfin 18% ont commencé à fréquenter les évènements culturels depuis 2019.

Malgré le manque de données, il est possible de relever quelques tendances concernant les effets de la fréquentation des évènements culturels sur un long terme . Trois catégories du NBI semblent montrer des variations intéressantes : tout d'abord la catégorie « population » a fait un score de 36% chez les répondants qui fréquentent les instituts culturels depuis peu de temps. Secondement, il est possible d'observer que le score de la catégorie « Tourisme » augmente plus la durée de fréquentation est longue : il est de 26% pour ceux ayant commencé à fréquenter les évènements à partir de 2019, de 29% pour ceux entre 2015 et 2018 ainsi que de 38% pour ceux avant 2015. Même schéma pour la catégorie « Politique » avec respectivement 5% (2019-2020), 17% (2015-2018) et 28% (avant 2015).

La catégorisation de Sachouriya/Labutina présente elle aussi des variations très intéressantes. Tout d'abord avec une diminution progressive des scores dans les catégories « Technico-communautaire » (2019-2020 – 38% ; 2015-2018 – 29% ; <2015 – 18%) et « Ethnolinguistique » (2019-2020 – 46% ; 2015-2018 – 28% ; <2015 – 28%), puis avec une augmentation de la catégorie « Spatio-géographique » (2019-2020 – 12%, 2015-2018 – 26%, <2015 – 46%).

En ce qui concerne la catégorisation du NBI détaillé, les trois catégories ayant fait les plus hauts scores pour les personnes ayant commencé à fréquenter les évènements culturels entre 2019-2020 sont « **Gastronomie » (29%)**, « Humains » (18%) et « Monuments » (16%). Pour ceux ayant commencé entre 2015-2018, ce sont « Monuments » (17%), « État » (15%) et « Nature » (12%). Enfin pour ceux venus avant 2015, il s'agit « **État » (25%), « Nature » (21%)** et « Humain » (10%). De plus, il est possible d'observer une forte augmentation des catégories « État » (2019-2020 – 5% ; 2015-2018 – 15% ; <2015 – 25%) et « Nature » (2019-2020 – 8% ; 2015-2018 – 12% ; <2015 – 21%) et une diminution des catégories « Gastronomie » (2019-2020 – 29% ; 2015-2018 – 9% ; <2015 – 6%) et, de manière moins prononcée, « Monument » (2019-2020 – 16% ; 2015-2018 – 17% ; <2015 – 9%) en fonction de la durée de la fréquentation de ces évènements.

Figure 48 Catégorisations du NBI, de Sachouriya/Labutina et du NBI+ en fonction de la durée de fréquentation aux évènements culturels

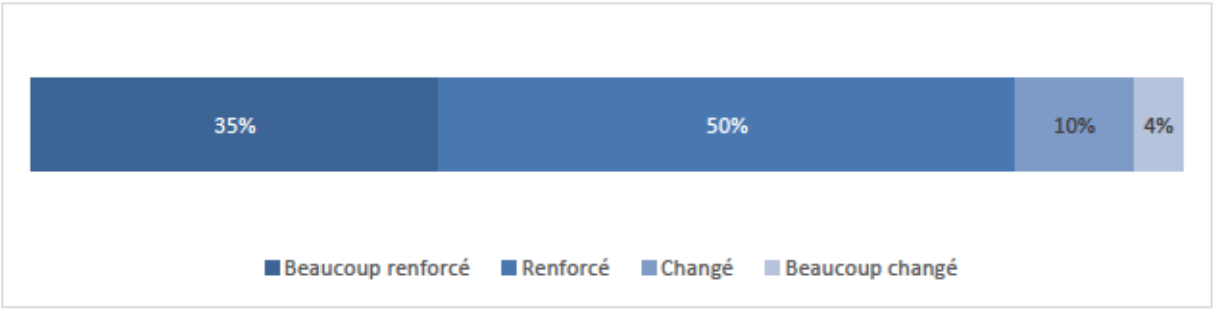
Il existe une corrélation entre le niveau de langue et le nombre d'années durant lesquelles les personnes fréquentent les évènements culturels. En toute logique, le niveau de langue est plus élevé, plus la durée de fréquentation est longue. 100% des répondants fréquentant les évènements culturels coproduits par les instituts culturels depuis 2019 ont le niveau débutant (CECR : A1-A2). Ce chiffre diminue à 41% pour les personnes ayant commencé à venir aux évènements entre 2015 et 2018, 38% de ces derniers ont un niveau intermédiaire (CECR : B1-B2) et 21% un niveau avancé (CECR : C1-C2). Du côté des personnes ayant commencé à participer aux évènements culturels avant 2015, 14% ont un niveau débutant, 57% un niveau intermédiaire et 29% un niveau avancé.

Aussi, la moyenne des objets dessinés augmente en fonction de la durée de fréquentation : elle est de 6 objets, dont 5 différents pour les personnes fréquentant les évènements culturels depuis 2019 ; elle est de 7 objets dont 5 différents pour les répondants ayant commencé à participer aux évènements culturels entre 2015-2018 et elle est de 15 objets dont 10 différents pour les personnes venues avant 2015. En revanche, les interrogés ayant répondu ne jamais participer aux évènements culturels ont dessiné en moyenne 8 objets dont 5 différents. Les personnes qui commencent seulement à participer aux évènements culturels ont une image moins riche et toute aussi variée du pays que ceux qui n'y participent pas. Dans la durée, cependant, cette image devient plus complète et variée.

2.2.6. Facteurs conatifs III : Changements de représentations du pays à travers les évènements culturels

L'avant-dernière question de l'enquête consistait à demander aux répondants si les évènements culturels avaient plutôt changé ou renforcé la manière dont il se représentait le pays. Bien sûr, seuls ceux qui avaient répondu qu'ils participaient parfois, souvent ou très souvent aux évènements culturels pouvaient répondre à cette question. Il s'agit donc de 107 répondants. Parmi ces derniers 10% n'ont pas répondu à la question. Les autres ont déclaré dans 35% des cas que les évènements coproduits par les instituts culturels avaient beaucoup renforcé l'image que les répondants avaient du pays, 50% ont répondu qu'ils l'avaient plutôt renforcée. 10% ont répondu que ces évènements l'avaient plutôt changée et 4% beaucoup changé la représentation qu'ils avaient du pays.

Figure 49 renforcement ou changement de l'image du pays par le biais des évènements culturels selon l'avis des répondants



Cette question n'a pas toujours été bien comprise par les interrogés. Une personne (dessin n°38) m'a fait remarquer que « ce n'est pas une bonne question, ils [les évènements culturels] s'inscrivent simplement dans un processus de formation de l'image du pays ». Il n'y aurait donc pas deux pôles, un qui « renforce » l'image que l'on a en tête et l'autre qui « change » cette dernière, mais un seul processus de formation de l'image auquel les évènements des instituts culturels participent à leur manière.

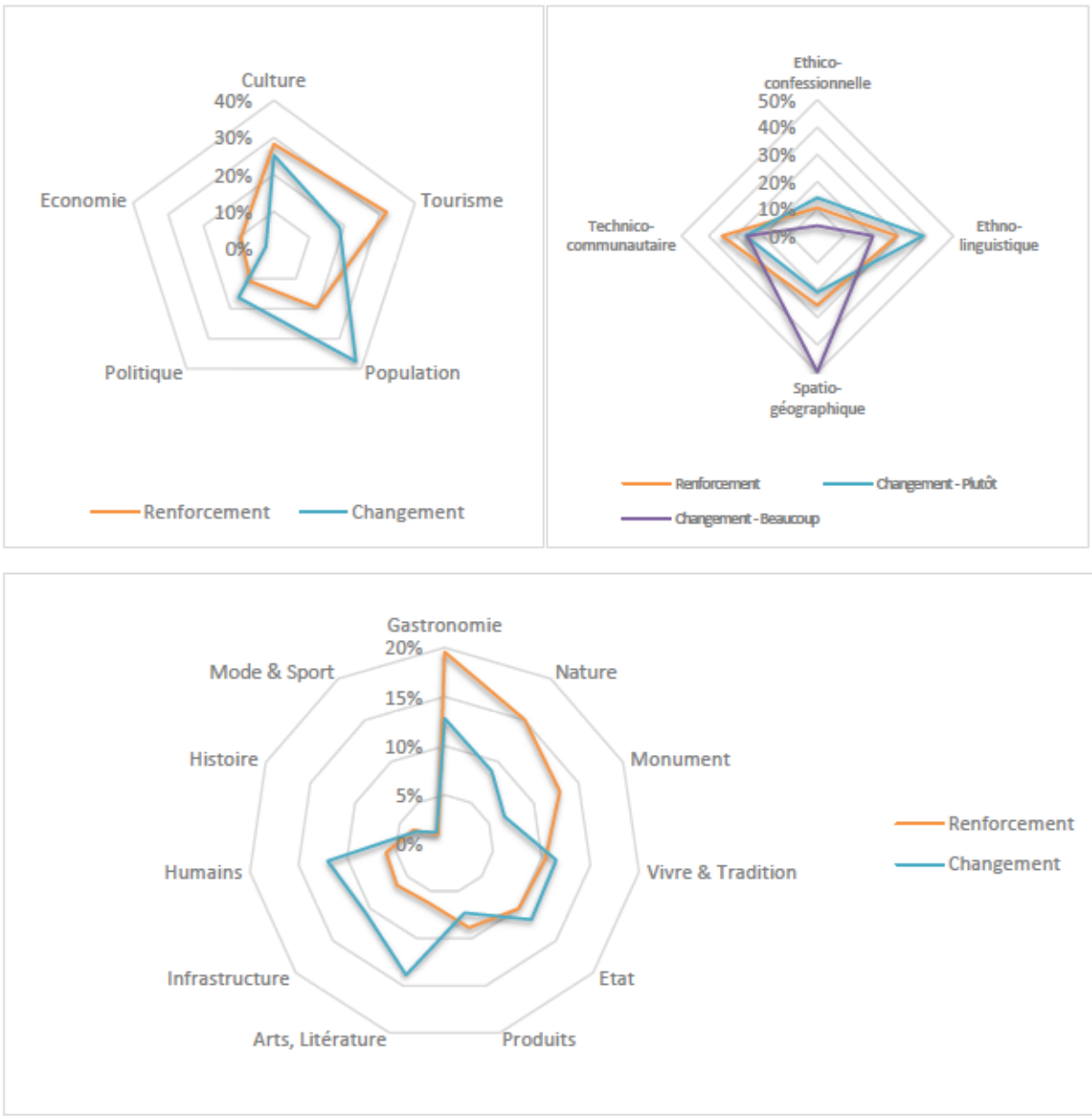
Enfin, il n'existe pas de corrélation entre les réponses des interrogés à la question de savoir si les évènements culturels avaient changé ou renforcé leur vision du pays et le taux de fréquentation. Seulement 7% des répondants participant souvent ou très souvent aux évènements culturels ont déclaré que ces derniers avaient changé l'image qu'il avait du pays. Ce chiffre monte à 18% pour les répondants qui participent parfois aux évènements. En fonction de la durée de la fréquentation ce chiffre oscille entre 20% et 17% ce qui ne présente aucune différence significative.

2.2.6.1. Quels changements ?

Il s'agit maintenant de savoir ce qui a changé dans les représentations du pays. Les personnes ayant indiqué que les évènements de l'institut avaient changé ou beaucoup changé leur image du pays ont fait un plus haut score dans la catégorie « population » du NBI (38% contre 20% chez ceux qui avaient indiqué un renforcement de leur image avec les évènements culturels) et un score légèrement plus haut dans la catégorie « politique » (16% contre 11%). Au contraire, ceux qui ont indiqué que les évènements des instituts culturels avaient renforcé leur image du pays, c'est la catégorie « tourisme » du NBI qui fait un meilleur score (32% contre 19% chez ceux dont les évènements ont changé ou beaucoup changé leur représentation du pays). La catégorie « spatio-géographique » de la catégorisation réalisée par Sachouriya/Labutina fait un score très élevé de 50% chez les répondants ayant déclaré que les évènements culturels avaient beaucoup changé leur image du pays.

Du côté du NBI détaillé ce sont les catégories « Arts et littérature » (14% contre 6%), « Infrastructure » (11% contre 6%) et « humains » (12% contre 6%) qui font un plus haut score chez les personnes dont les évènements culturels ont changé ou beaucoup changé leur représentation du pays. À l'inverse, ce sont les catégories « Gastronomie » (20% contre 13%), « Nature » (15% contre 9%) et « Monuments » (13% contre 7%) qui un meilleur score chez les personnes ayant indiqué que les évènements avaient renforcé ou beaucoup renforcé leur vision du pays.

Figure 50 Catégorisations du NBI, de Sachouriya/Labutina et du NBI+ en fonction du renforcement ou changement de l'image du pays par le biais des évènements culturels selon l'avis des répondants



2.2.6.2. Commentaires supplémentaires des répondants sur leurs représentations du pays

13 personnes ont fait un commentaire supplémentaire sur la façon dont les évènements des instituts culturels avaient changé leur représentation du pays. Il s'agit tout d'abord de remerciements et de commentaires sur l'institut en lui-même : « Merci pour la bibliothèque et les évènements culturels »[37] (dessin n°5) ; « [Évènement] agréable, bonne atmosphère »[38] (dessin n°41).

[37] Traduit de l'allemand : « Danke für die Bibliothek und die Kulturevents »
[38] Traduit du russe : « Душевное, хорошая атмосфера »

D'autres commentaires portent sur un rapprochement affectif avec le pays, l'institut ou les allemands/français : « j'aime la culture allemande »[39] (dessin n°7) « j'éprouve plus de rapprochement déjà » (dessin n°29) ; « [l'institut] renforce mon amour pour la France » (dessin n°45) ; « on associe toujours la France a quelque chose d'agréable et de positif »[40] (dessin n°46) ; « je suis [devenu] le camarade de l'Alliance Française » (dessin n°49) ; « [les évènements] créent une relation positive envers le pays »[41] (dessin n°90) ; « bonne impression du représentant de la France »[42] (dessin n°153).

Enfin, certaines personnes commentent le fait que les évènements culturels ont contribué à une meilleure connaissance du pays : « Ils m'ont aidé à mieux connaitre la culture française »[43] (dessin n°122) ; « ma connaissance du pays »[44] (dessin n°91) ; ils ont amélioré ma représentation de la France »[45] (dessin n°120) ; « [...] je juge les français dans leur ensemble[46], j'adore » (dessin n°135).

2.2.6.3. Commentaires supplémentaires des répondants sur les changements de représentations du monde

La dernière question de l'enquête principale sert plus d'amorce à une discussion à la suite du dessin. Il s'agit de savoir si les évènements des instituts culturels ont changé la représentation que les répondants avaient du monde. Les interrogés devaient y répondre à l'oral. Puisque les dessins ont été réalisé en groupe, la plupart du temps cette question a été ignorée. 30 participants ont toutefois noté leurs réponses. La plupart se résume à un « oui » ou « non ». Ainsi 14 personnes ont répondu que cela avait changé leur vision du monde, et 16 que non. Parmi ces premières, certaines personnes ont accompagné leur réponse d'un commentaire : « bienêtre et épanouissement »[47] (dessin n°20) ; « ça change, surtout en peinture » (dessin n°50) ; « pour le mieux »[48] (dessin n°143). Parmi les personnes qui ont répondu par la négation , certaines ont aussi ajouté : « je me fais mes propres conclusions »[49] (dessin n°18) ; « non, mais ça influencé »[50] (dessin n°88) ; « j'ai déjà une opinion »[51] (dessin n°120) ; « pas cardinalement »[52] (dessin n°132).

---

39 Traduit du russe : « я люблю немецкую культуру »
40 Traduit du russe : « Франция всегда ассосируется с чем то позитивное и хорошое »
41 Traduit du russe : « Сформирование позитивное отношение к стране »
42 Traduit du russe : « сложилось приятное впечатление от представителя Франции"
43 Traduit du russe : « Помогли чуть больше узнать о французской культуре »
44 Traduit de l'allemand : « Landeskunde »
45 Traduit du russe : « Улучшили представление о Франции »
46 Traduit du russe : « [...] я сужу о французах в целом. »
47 Traduit du russe : « наслаждение и наполнение »
48 Traduit du russe : « Zum Besseren »
49 Traduit de l'allemand : « Ich mache meine Schlussfolgerung selbst »
50 Traduit du russe : « Нет, но повлияло »
51 Traduit du russe : « Нет, уже есть устойтве мнение »
52 Traduit du russe : « Не координально »

2.2.7. Interprétations

Il est possible de remarquer que les catégories des différentes catégorisations – que ce soit le NBI, le NBI détaillé ou celle de Sachouriya/Labutina – ne présentent pas toutes des variations pertinentes pour être analysées en profondeur. Ici ce sont les catégories « politique » du NBI et « spatio-géographique »[53] de Sachouriya/Labutina qui retiennent mon attention. De plus, le nombre d'objet dessiné varie de manière intéressante en fonction de certains facteurs. Aussi existe-t-il des schémas de variations semblables selon les différents facteurs indiquant des corrélations entre ces derniers.

Il existe une première similarité entre les facteurs cognitifs et conatifs c'est-à-dire, le niveau de langue, la visite du pays et la fréquentation des évènements culturels, notamment sur la durée. En premier lieu, ces facteurs influent sur le nombre d'objet dessiné. Un plus faible niveau de langue, le fait de ne s'être jamais ou peu souvent rendu dans le pays et une rare fréquentation des évènements culturels ou une fréquentation sur une courte durée ont tendance à rendre le dessin moins riche et varié en termes d'objets dessinés. De plus la catégorie « spatio-géographique » y est moins représentée. Au contraire, un haut niveau de langue, le fait de s'être déjà rendu dans le pays sur un temps long, ou une fréquentation des évènements culturels depuis des années rendent le dessin plus riche et varié en termes d'objets dessinés. La catégorie « spatio-géographique » y est aussi plus représentée. Tous ces facteurs mentionnés peuvent être résumés aux expériences traversées par les répondants vis-à-vis du pays.

La catégorie « spatio-géographique » de Sachouriya/Labutina fait également un meilleur score plus les personnes sont âgées et si elles ont des proches dans le pays[54]. C'est aussi la catégorie « spatio-géographique » qui augmente lorsque les personnes ont répondu que les évènements culturels avaient beaucoup changé leurs représentations du pays. Cette catégorie semble avoir un lien avec une certaine identification au pays. En effet, les personnes ayant dessiné l'image de leur propre pays dans l'enquête secondaire ont fait un score élevé dans la catégorie « spatio-géographique »[55].

Une seconde similarité existe entre certains facteurs cognitifs, affectifs et conatifs par rapport à la catégorie « politique » du NBI. Les personnes ayant un niveau de langue nul, n'ayant pas de proche dans le pays et/ou ayant une opinion négative ont fait un meilleur score dans la catégorie politique. Les répondants ayant un niveau de

---

53 Sur ce point il est possible de constater qu'un score élevé dans la catégorie « tourisme » du NBI en combinaison un score élevé avec la catégorie « Nature » du NBI détaillé semble correspondre à un score élevé dans la catégorie « spatio-géographique » de Sachouriya/Labutina.

54 Comme il a été vu plus haut, ces deux facteurs présentent une corrélation.

55 Plus de détails à ce sujet dans Adrien Houguet, *Современные взаимные представления немцев, французов и россиян друг о друге*. *op. cit.*, p. 449.

langue débutant ou intermédiaire, ayant des proches dans le pays et/ou ayant une opinion neutre ou plutôt positive du pays ont fait un moins bon score dans cette catégorie. Paradoxalement, les personnes ayant un niveau de langue avancé, une opinion très positive du pays et/ou participant aux évènements des instituts culturels depuis plus de cinq ans ont fait un score plus élevé dans cette même catégorie. Ces résultats ont été interprétés avec le concept de d'image de l'Autre en tant qu' « ennemi » ou « ami » [politique]. Il est possible de remarquer qu'une certaine forme d'ignorance vis-à-vis du pays et aucun lien affectif avec ce dernier peut entraine à une image de l'autre pays comme « ennemi politique ». De bonnes connaissances sur le pays, le fait d'avoir des proches dans ce dernier et être engagé auprès de ses instituts culturels favorise une image de l' « ami politique ».

Au niveau des facteurs sociodémographiques, les répondants de sexe masculin et les personnes dont le lieu de résidence se situait dans la partie européenne de la Russie ont fait un meilleur score que chez les répondants de sexe féminin et habitants en Sibérie. Les tensions politiques semblent faire un plus grand score chez les premiers tandis que les seconds semblent en être plus écartés.

2.3. SYNTHÈSE

Nous appliquons ici le même schéma que pour le premier chapitre de la partie empirique : il s'agit dans un premier temps de revenir aux hypothèses formulées au début du chapitre puis de les comparer avec les résultats obtenus. Dans un second temps nous réalisons une critique de la méthode employée lors de ce chapitre. Enfin, nous clôturons ce dernier en vérifiant si les buts fixés en amont ont bien été atteints.

2.3.1. Vérification de la première hypothèse

> ***Il est possible de saisir l'image de l'Allemagne et de la France auprès des participants aux évènements culturels et artistiques par la méthode d'analyse quantitative de dessins. Il s'agit d'une image plus riche, plus variée et moins stéréotypée du pays par rapport aux personnes ne fréquentant pas ces évènements.***

La méthode d'analyse quantitative de dessins s'est avérée efficace pour saisir l'image de l'Allemagne et de la France auprès des participants aux évènements culturels et artistiques proposés par les instituts culturels allemand et français en Russie. Elle a aussi permis de montrer un aperçu de l'opinion russe à propos des deux pays. Les images obtenues sont imprégnées de la conjoncture politique, économique et culturelle concernant l'Allemagne et la France. Toutefois d'autres facteurs plus personnels semblent jouer un rôle dans les représentations des deux pays.

La seconde partie de l'hypothèse concernant les effets des évènements culturels sur ces images a été essentiellement abordée dans la deuxième partie de ce chapitre sur les facteurs participant à la formation des images de l'Allemagne et de la France.

L'hypothèse n°1 est donc confirmée.

2.3.2. Vérification de la seconde hypothèse

> ***Les évènements culturels et artistiques jouent un rôle important dans la formation d'une image plus riche, plus variée et moins stéréotypée du pays chez les participants y participant fréquemment et sur un temps long.***

Il n'est pas possible ici de vérifier complètement la seconde hypothèse de ce chapitre. En effet, le facteur des évènements culturels se mélange avec d'autres facteurs cognitifs et conatifs dans le processus de la formation d'une image plus riche et variée de l'Allemagne ou de la France comme le fait de se rendre dans le pays sur un temps long, l'apprentissage de la langue. C'est en général l'expérience que les personnes acquièrent avec le pays qui entraine une représentation plus diversifiée de ce dernier.

Une simple participation à un évènement proposé par les instituts culturels de l'Allemagne ou de la France amène rarement à un changement radical de la représentation qu'ont les participants des deux pays. Certaines personnes arrivent même avec une image plus simpliste que le reste de la population russe. Un changement dans la représentation du pays ne peut intervenir que par une fréquentation aux évènements sur le long terme en combinaison avec un apprentissage de la langue, un long séjour dans le pays et des échanges avec la population locale.

Sur le long terme une identification avec le pays peut également avoir lieu. Une personne très engagée auprès des instituts culturels de l'Allemagne ou de la France peut avoir une représentation de ces deux pays en tant qu' « ami [politique]. Au contraire c'est une image de l' « ennemi [politique] » qui peut apparaitre chez les personnes quelque peu ignorantes sur certains aspects des deux pays.

L'hypothèse n°2 est donc fortement nuancée.

2.3.3. Critique de la méthode

La méthode employée ici est originale et peut difficilement s'appuyer sur des procédés faisant l'objet de nombreux manuels, comme du côté de l'analyse qualitative d'interviews par exemple. Bien qu'elle ne soit pas tout à fait nouvelle, elle ne peut se baser que sur des anciennes recherches et quelques études dans le domaine de la psychologie de l'enfant. Ce manque de recul sur la méthode dans le domaine scientifique constitue une de ses faiblesses.

Les décalages entre l'image mentale et le dessin sur quatre dimensions (spatiale, temporelle, imaginaire et technique) mentionnés plus haut font part d'une autre

faiblesse de la méthode : que reste-t-il réellement de l'image que les personnes ont en tête du pays ? Toutefois, il est aussi possible d'affirmer que le dessin permet au répondant de mieux se concentrer sur l'image qu'il a du pays.

À cela s'ajoute quelques lacunes pour interpréter chaque objet des différents dessins. Une analyse à plusieurs s'imposerait afin d'avoir des résultats plus précis. Ceci n'est cependant pas une faiblesse spécifique à cette méthode. Il est possible de retrouver des problèmes semblables, voire de manière plus prononcée, dans l'analyse des notes d'observations ou des interviews.

Il semble un peu restreint de relever l'importance qu'à un objet aux yeux du dessinateur seulement par la position et la surface qu'il occupe sur le dessin. À ce niveau, nous prévoyons de rajouter la durée et l'ordre d'exécution des objets représentés sur le dessin dans de prochaines recherches. Reste à savoir s'il existe réellement une corrélation entre toutes ces données et l'importance d'un objet sur le dessin. Si, oui quel poids attribuer à chacun des paramètres ?

Une autre critique possible peut porter sur l'enquête en soi : il existe des déséquilibres par rapport à la récolte de dessin. Si le fait d'avoir plus de dessinatrices que dessinateurs était inévitable au vu de la population fréquentant les évènements culturels, il aurait été nécessaire d'obtenir plus de dessins du côté européen de la Russie et moins du côté asiatique. Un autre problème est lié au fait que les questions n'étaient pas toutes identiques entre l'enquête principale et les secondaires. Ces lacunes ont été partiellement palliées avec une étude minutieuse des facteurs.

Enfin, le recours aux statistiques mathématiques[56] aurait permis une exploration approfondie des facteurs. Cette recherche pourrait faire l'objet d'une prochaine publication par exemple.

2.3.4. Conclusion

> ***Le but de ce chapitre est, dans un premier temps, de saisir l'image de l'Allemagne ou de la France chez le public des évènements culturels et artistiques coproduits par les instituts culturels de ces deux pays. Dans un second temps, il s'agit de connaitre le rôle joué par ces évènements dans la formation des images.***

En ce qui concerne la première partie du but de ce chapitre, il a été pleinement atteint grâce à la méthode d'analyse quantitative de dessins, malgré les critiques qui lui ont été attribuées plus haut.

La deuxième partie du but de ce chapitre a été partiellement atteint, dans la mesure où il n'est pas réellement possible d'isoler les effets des évènements culturels dans la

[56] Les statistiques descriptives se penchent sur la description et la présentation des données, tandis que les statistiques mathématiques permettent de vérifier des hypothèses à partir de modèles mathématiques. Ludwig Fahrmeir, et al., *Statistik. Der Weg zur Datenanalyse*, Berlin, Heidelberg, Springer Berlin Heidelberg, 2001, p. 11–12.

formation de l'image d'un pays. Ces derniers participent avec d'autres facteurs à un même processus. Il n'est en effet pas possible de compter seulement sur les évènements culturels ou un marketing alléchant pour changer l'image qu'une personne a d'un pays. Il faut qu'elle approfondisse sa connaissance de sa langue et de sa société au sein des cours proposés par l'institut, qu'elle se rende au pays et qu'elle se lie d'amitié avec la population locale par le biais d'échanges interculturels.

3. Analyse des évènements culturels III : Entretiens avec les intervenants Allemands, Français et Russes

Après avoir caractérisé les évènements culturels coproduits par les instituts culturels de l'Allemagne et de la France en Russie, leur public et les impressions qu'ils laissent à ces derniers ; après avoir dépeint les images des pays qui se fixent via l'action de ces évènements culturels dans la durée, nous nous penchons maintenant sur les effets des évènements sur les représentations et les biographies des intervenants allemands, français et russes qui les animent.

L'approche d'accommodation, telle que nous l'avons développée dans la partie théorique de cette présente thèse, insiste sur les échanges entre les classes créatives. C'est ici l'occasion d'observer empiriquement les effets de ces échanges et donc la validité de cette approche. Nous nous appuyons pour cela d'entretiens avec les intervenants. Ces derniers y racontent leurs réactions vis-à-vis de la performance qu'ils ont réalisée lors de l'évènements. Les interviewés parlent aussi de leur image du pays, de leurs représentations du monde ainsi que de leur collaboration avec instituts culturels et les changements de trajectoires que ces derniers ont exercé sur leur parcours.

Toutefois, avant l'analyse de ces entretiens, nous revenons une dernière fois sur les notes d'observations. En effet, nous avons pu relever dans ces dernières certaines caractéristiques concernant les intervenants ainsi que leurs réactions et les échanges qu'ils pouvaient avoir avec le public et les autres intervenants lors de l'évènement.

3.0. Protocole de recherche

3.0.1. Buts

Ce chapitre doit permettre soit de valider empiriquement l'approche d'accommodation développée dans la partie théorique, soit de la nuancer ou bien – au contraire – de la réfuter.

Le but de la recherche est donc de saisir l'influence des évènements et des instituts culturels sur la biographie, les pratiques artistiques et les représentations du monde des intervenants.

Un autre but sous-jacent consiste en la définition de ce qu'est un intervenant et de ce qu'il réalise lors des évènements culturels.

3.0.2. Questions

1. Quels sont les caractéristiques des intervenants invités lors des évènements culturels et artistiques coproduits par les instituts culturels de l'Allemagne et de la France en Russie ?
1. Comment les intervenants perçoivent-ils les performances qu'ils réalisent au sein des évènements ?
2. Comment les évènements culturels et les échanges avec d'autres créateurs influent-ils les pratiques artistiques des intervenants ?
3. Dans quelle mesure le rapprochement avec une autre culture change-t-il les représentations du monde des intervenants ?
4. Quel rôle jouent les instituts culturels dans la formation des biographies des intervenants artistiques ?

3.0.3. Hypothèses

Les hypothèses formulées ici proviennent du développement de l'approche d'accommodation réalisé dans la partie théorique. Ces hypothèses peuvent être validées, nuancées ou réfutées en fonction des résultats trouvés dans ce chapitre.

1. *Les intervenants* sont pour la plupart membres de la classe créative de leur pays respectif. Cette classe étant éclectique, les intervenants opèrent dans des domaines divers et variés.
2. *Les performances artistiques* réalisées par les intervenants au sein d'un évènement culturel et artistique coproduit par les instituts culturels représentent un moment fort en émotions pour ces derniers.
3. *Les pratiques artistiques* des intervenants changent au contact d'un nouveau public et par l'échange avec d'autres artistes/créateurs. En effet, les artistes s'inspirent des autres manières de faire et de penser qu'ils ont rencontrées dans le pays ou chez les autres intervenants.
4. *Les représentations du monde* évoluent au contact d'une autre culture. Ceci s'accompagne par l'acquisition de nouvelles références, d'une reconsidération de ses propres valeurs et de la création de lieux communs avec l'autre.
5. *Les trajectoires des artistes* peuvent être influencées par les instituts culturels. Ces derniers peuvent accompagner les artistes dans des démarches d'échange soit avec le pays représenté par l'institut soit dans le pays dans lequel il se situe. Ils peuvent aussi contribuer à la promotion des intervenants.

3.0.4. Méthodes

Deux méthodes sont utilisées ici : l'analyse notes d'observations, qui a déjà été abordée dans le premier chapitre de cette partie, et l'analyse des entretiens avec les intervenants artistiques.

3.0.4.1. Observations des intervenants lors des évènements culturels

La méthode concernant les notes d'observations a été abordée dans le premier chapitre de cette présente partie. Ce sont particulièrement les notes d'observations réalisées sur les caractéristiques et les réactions des intervenants qui présentent un intérêt pour ce chapitre. Nous y relevons aussi les modalités d'échanges entre les intervenants et le public ainsi qu'entre les intervenants eux-mêmes.

3.0.4.2. Entretiens avec les intervenants artistiques

Les notes d'observations permettent de répondre à la première question, voire en partie à la seconde question posées dans ce chapitre. Pour répondre aux autres interrogations des entretiens approfondis avec les intervenants sont nécessaires. Ces entretiens sont en lien avec une ou des performances réalisées dans le cadre d'un évènement culturel coproduit par les instituts culturels de l'Allemagne et de la France à l'étranger. Il s'agit donc de demander l'avis aux artistes eux-mêmes de ce qu'ils ont pensé de la performance réalisée, de l'apport des évènements culturels sur leur pratique artistique et leurs représentations du monde ainsi que de l'influence des instituts sur leurs biographies. Ces avis sont ensuite comparés et synthétisés par le biais d'une analyse de contenu des entretiens.

3.0.5. Procédures

3.0.5.1. Notes d'observations

En ce qui concerne les notes d'observations, voir les procédures du premier chapitre de la partie empirique.

3.0.5.2. Partenaires ciblés pour les entretiens

Les partenaires ciblés pour les entretiens sont des membres de la classe créative allemande, française ou russe qui sont intervenus à un ou plusieurs évènements coproduits par les instituts culturels de l'Allemagne ou de la France en Russie. Nous avons particulièrement focalisé mon attention sur les intervenants artistiques, si possible dans le cadre d'une cocréation franco-russe ou germano-russe. Il s'agit en effet d'une mise en pratique de l'approche d'accommodation méritant d'être analysée empiriquement afin de connaitre ses effets.

3.0.5.3. Canevas d'entretien typique

Au vu de la diversité des intervenants, de leur parcours et de leurs performances au sein des évènements culturels et artistiques, les canevas d'entretien utilisés pour les

interviews s'avèrent être différents à bien des égards selon les intervenants et en fonction des langues employées (allemand, anglais, français et russe). Toutefois il est possible de dégager un canevas d'entretien typique portant sur cinq thèmes. Ces derniers n'ont pas tous été abordés dans l'ordre indiqué ci-dessous :

1. *Parcours*. (Par ex. Pouvez-vous racontez brièvement votre parcours en termes d'études, de lieu de vie et de profession ?)
2. *Performance artistique* dans le cadre des évènements culturels. (Par ex. Quelle est l'origine de la performance ? Quels étaient les buts de cette dernière ? Quelles sensations avez-vous ressenti lors de la performance ? Avez-vous atteint vos objectifs ?)
3. *Vie en Russie* pour les Allemands et les Français / *vie en Allemagne ou en France* pour les Russes (Par ex. pour quelles raisons êtes-vous allé dans le pays ? Quel lien avez-vous avec ce dernier ? Quelles impressions vous a laissé votre séjour sur le pays ? Quelles différences existe-t-il avec votre pays d'origine, notamment au niveau de la scène culturelle ?)
4. Influence d'une autre culture sur *les pratiques artistiques* et sur les *représentations du monde*. (Par ex. Comment étaient les échanges avec les autres intervenants ? Votre séjour a-t-il changer la manière dont vous vous représentez le monde ? Si oui, en quoi ? Ce séjour a-t-il changé la manière dont vous travaillez ?)
5. *Collaboration avec les instituts culturels*. (Par ex. Connaissiez-vous l'institut culturel avant la performance ? Quand et comment a commencé la collaboration avec ce dernier ? Sur quels sujets porte-t-elle ? Quelle est l'atmosphère de la collaboration ?)

3.0.5.4. Entretiens réalisés, citations attrapées en vol ou extraits d'ouvrages

Le matériel récolté pour l'analyse ne se compose pas uniquement d'entretiens (7) mais aussi de « citations » d'intervenants saisie lors d'évènements culturels (6) ou d'extraits d'un ouvrage où ont été interviewés des artistes en lien avec le Goethe-Institut (3). Parmi les entretiens, 2 se sont fait à l'oral, en présentiel et 5 se sont fait par écrit, à distance. Pour ces derniers nous avons envoyé un questionnaire aux intervenants artistes sur lequel ils ont inscrit leurs réponses à des questions ouvertes[1]. Voici la liste du matériel utilisé pour ce chapitre (en dehors des notes d'observations) :

- Côté allemand (9)
  - ❖ Écrivain russe émigré – Annexe 2.13 (citation)
  - ❖ Chanteuse de rap – Annexe 2.25 (citation)

[1] Cette solution a été adoptée en raison de la pandémie COVID-19, les entretiens en présentiels n'étant plus permis.

- ❖ Metteure en scène « Die Zugbegleiterin » – Annexe 2.34 (citation)
- ❖ Écrivain suisse – Annexe 2.35 (citation)
- ❖ Peintre – Annexe 2.49 (entretien écrit)
- ❖ Sculptrice – Annexe 2.52 (entretien écrit)
- ❖ Saxophoniste – Annexe 2.53 (extrait)
- ❖ Architecte – Annexe 2.54 (extrait)
- ❖ 3 compositeurs – Annexe 2.55 (extrait)

- Côté français (7)
  - ❖ Metteure en scène – Annexe 2.33 (citation)
  - ❖ Journaliste indépendant– Annexe 2.36 (citation)
  - ❖ Chanteuse – Annexe 2.44 (entretien oral)
  - ❖ 2 comédiens – Annexe 2.46 (entretien oral)
  - ❖ Violoniste – Annexe 2.48 (entretien écrit)
  - ❖ Illustrateur – Annexe 2.50 (entretien écrit)
  - ❖ Illustratrice – Annexe 2.51 (entretien écrit)

3.0.5.5. Procédé d'analyse

3.0.5.5.1. Formation du corpus de textes

L'entretien oral avec la chanteuse (2.44) a été enregistré et transcrit[2]. L'autre entretien oral avec les deux comédiens (2.46) a fait l'objet d'un protocole à partir de notes prises lors de l'interview. Les 5 entretiens écrits ont pu directement être incorporés au corpus de texte. Les citations ont été pour la plupart extraites des notes d'observations réalisées lors des différents séjours de recherche en Russie. La citation de l'écrivain suisse-allemand (2.35) provient de sa réponse à une question posée lors d'un évènement culturel. Ses propos ont pu être transcris par la suite. Enfin, les extraits ont été recopiés à la lettre depuis l'ouvrage « Heimspiel » réalisé par le Goethe-Institut de la région Europe de l'Est/Asie centrale[3]. Ce dernier est composé d'interviews d'artistes en lien avec le Goethe-Institut ou/et l'Allemagne.

3.0.5.5.2. Codification

Une fois le corpus de texte établi, une étape de codification est nécessaire pour l'analyse du contenu des textes. Cette étape ressemble dans son principe à ce qui a été réalisé pour l'analyse des notes d'observations. Les codes correspondent au résumé d'une idée formulées par l'interviewé. Ils servent finalement à réduire les données contenues dans les textes. Les catégories de codes permettent de grouper les idées/codes contenues dans les entretiens entre-eux. Enfin, les catégories ont été

---

2 Voir le procédé de la transcription dans le chapitre 5

3 Stephan Wackwick; Lasha Khvedelidze, *Heimspiel*, Tblissi, 2015, p. 50–63.

regrouper selon les thèmes abordés (voir le canevas d'entretien typique plus haut)[4]. Tout comme pour les notes d'observations, le travail de codification a été simplifié avec l'aide du logiciel libre basé sur le langage de programmation R : RQDA[5].

3.1. RÉSULTATS I – CARACTÉRISTIQUES DES INTERVENANTS À PARTIR DES NOTES D'OBSERVATIONS

De manière pragmatique, ce qui est entendu ici par intervenants, ce sont les personnes invitées dans les évènements culturels en qualité d'intervenant, qu'ils proviennent d'un milieu artistique ou non. Les caractéristiques des intervenants sont définies *a posteriori* en fonction de l'analyse des notes d'observations concernant les intervenants. Ces dernières contiennent une partie purement quantitative (type d'intervenant, nombre, nationalité, lien avec l'institut) et une partie qualitative qui concerne la description que nous faisons des intervenants, de leurs réactions et des échanges qu'ils ont avec le public ou entre-eux.

3.1.1. Données quantitatives

3.1.1.1. Type

Les intervenants peuvent être des artistes/créateurs dans le sens large du terme. C'est le cas dans 28 évènements, soit 47% des évènements observés. Il peut s'agir de photographes (x6) ou d'artistes plasticiens (x7) dans le cadre d'expositions. En ce qui concerne les arts de la scène on y retrouve des chanteurs et musiciens/DJ (x4), des comédiens (x3) et des régisseurs de théâtre (x2). Du côté de la littérature on y retrouve des lecteurs ou des écrivains (x3). Enfin au niveau de l'audiovisuel il s'agit avant tout de régisseurs de films (x3).

Certains intervenants peuvent s'insérer dans la catégorie que nous avons nommée « animateurs » et qui représente 38% des évènements observés, soit 23 évènements en tout. Il s'agit de modérateurs de clubs de discussions (x11) ou de clubs de lecture (x3). Ce sont aussi des personnes qui présentent des offres de stage ou d'études dans le pays représenté par l'institut (x2). Ce sont aussi celles qui animent les séjours linguistiques et culturels (x2). Il peut s'agir de la personne qui lit à haute voix une dictée (x2), de l'animateur de l'atelier théâtre (x1), d'un chef cuisinier lors d'un master-class de cuisine (x1) ou d'élèves qui présentent le musée d'une école (x1).

Enfin, dans 9 évènements, soit 15% du total observé, les intervenants endossent le rôle de conférenciers. Il peut être question de directeurs d'établissements culturels

---

4 Il s'agit selon Udo Kuckartz du déroulement classique d'une analyse de contenu. Elle comporte les étapes suivantes : 1) questions et hypothèses de recherche 2) formation du corpus 3) formation des catégories, 4) codage, 5) analyse, 6) présentation des résultats. Ici la formation de catégories a eu lieu en même temps que la codification. Udo Kuckartz, *Qualitative Inhaltsanalyse. Methoden, Praxis, Computerunterstützung*, Weinheim, Beltz Verlagsgruppe, 4ème éd., 2018, p. 45

5 https://rqda.r-forge.r-project.org/ [13.04.2021]

(x6), mais aussi d'universitaires et de scolaires (x2). Le capitaine d'un bateau est aussi intervenu en tant que conférencier.

3.1.1.2. Présence, absence

Les intervenants peuvent être absents. Dans le cas d'expositions, ils font souvent une brève apparition lors du vernissage ou du finissage. Le photographe ou l'artiste plasticien s'éclipse pour le reste de l'exposition. De même, lors de la diffusion d'un film ou d'une pièce de théâtre, il n'est pas toujours possible d'entrer en contact avec le réalisateur ou les comédiens. Ainsi, dans 46% des évènements culturels et des expositions observés, il était possible de rentrer en contact avec les artistes/créateurs. Dans 54% des cas, ils n'étaient pas présents. En ce qui concerne les animateurs ou les conférenciers, ces derniers ne peuvent être que présents lors de l'évènement culturel, même si le format est digital.

3.1.1.3. Nombre

Il peut y avoir un, deux ou plusieurs intervenants selon les évènements ; sans compter les traducteurs. Ainsi, dans 60% des évènements observés, soit 36 évènements, l'intervenant est seul. Dans 15% des évènements, soit 9 évènements, il s'agit d'un duo. Enfin, dans 25% des évènements, soit 15 évènements, le nombre d'intervenants s'élève à 3 ou plus.

3.1.1.4. Nationalité

En termes de nationalité, dans 60% des évènements observés, soit 36 évènements, le ou les intervenants venaient tous du pays ou de la zone linguistique représenté par l'institut culturel, c'est-à-dire ici l'Allemagne ou la zone germanophone et la France ou la zone francophone. Certains avaient néanmoins un « lien avec la Russie » (3.2 [1831:1900]). Dans 10 évènements, soit 17% du total observé, les intervenants étaient de nationalité russe. Dans 8 évènements, soit 13% du total observé, le duo ou le groupe d'intervenants était mixte, c'est-à-dire composé de Russes et de personnes provenant du pays représenté par l'institut. Dans 5 évènements, soit 8% du total observés, le groupe était international. Enfin, une exposition (2%) a été réalisée au sein de l'Institut Français par une personne ayant une autre nationalité que française ou russe.

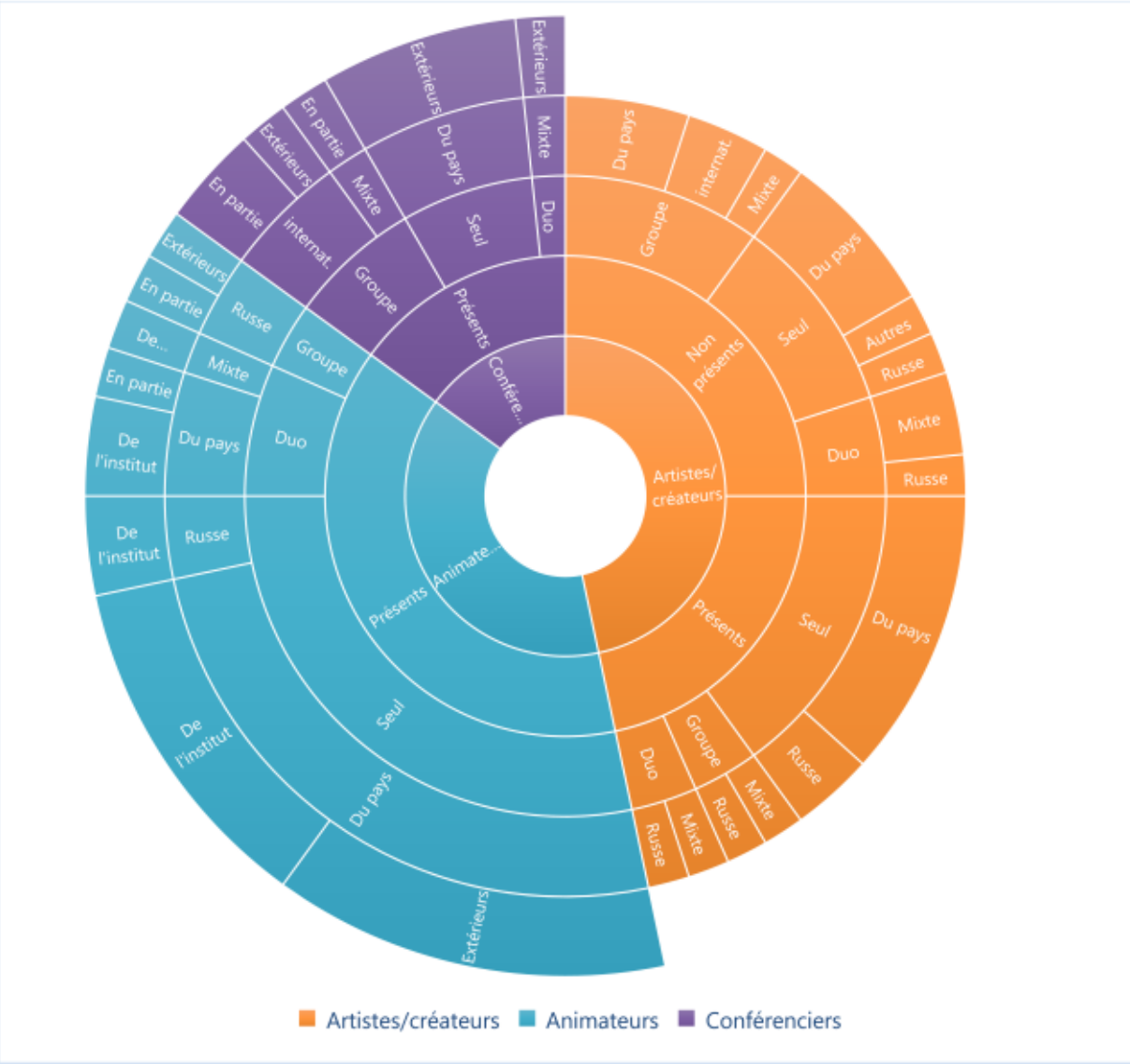
3.1.1.5. Personnel de l'institut ou invités extérieurs

Les intervenants peuvent être des invités extérieurs ou faire partie du personnel de l'institut culturel. Lorsqu'il y a plusieurs intervenants il peut aussi y avoir un peu des deux. Les employés de l'institut culturel, bien qu'ayant souvent une affinité artistique, ne sont pas eux-mêmes artistes[6]. Ainsi, dans 100% des évènements, les intervenants artistiques étaient extérieurs à l'institut. Dans peu plus de la majorité des évènements

[6] La directrice de l'Alliance française de Nijni Novgorod insiste aussi sur ce point : « mais nous, on n'est pas des artistes. » (2.26 [21513:21550])

conduits par des animateurs (52%, soit 12 évènements), ces derniers provenaient du personnel de l'institut, dans 13% des évènements ils provenaient en partie du personnel (soit 3 évènements) et dans 35% des évènements les animateurs étaient extérieurs à l'institut (soit 8 évènements). En ce qui concerne les conférenciers, dans deux tiers des évènements observés ils étaient extérieurs à l'institut culturel et dans l'autre tiers ils provenaient en partie de l'institut.

Figure 51 Répartition en fonction du type, de la présence, du nombre et de la provenance du l'intervenant



3.1.1.6. Différences entre les instituts

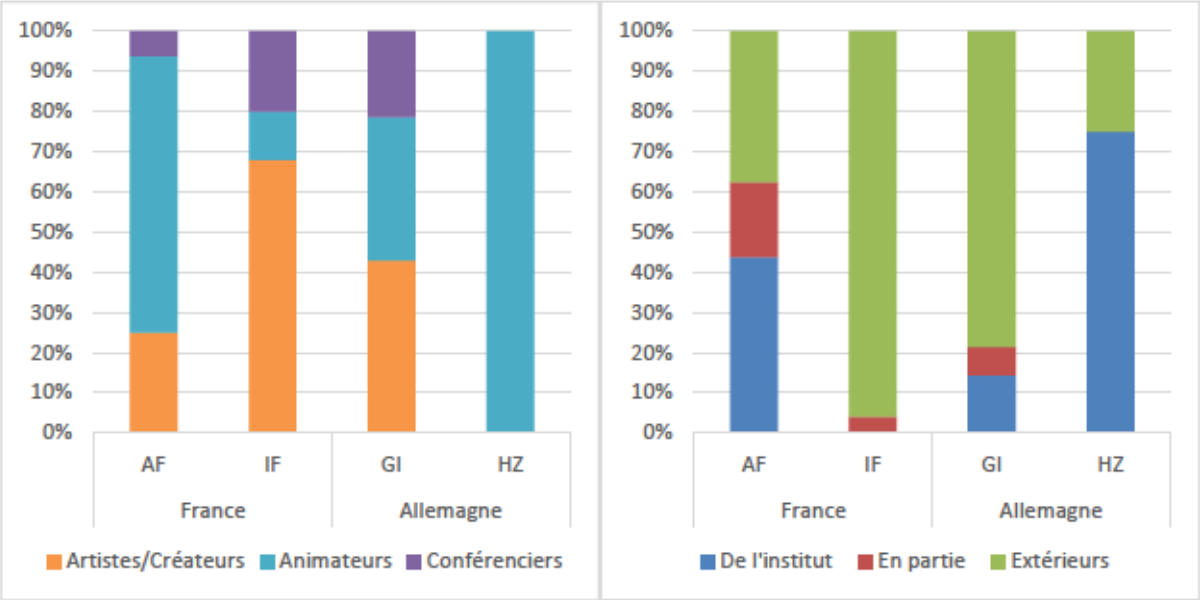
Les types d'intervenant diffèrent selon les instituts culturels observés. Dans 1/3 des évènements coproduits par les instituts culturels allemands les intervenant sont des artistes/créateurs, ce chiffre est de 51% du côté français. Dans la moitié des évènements des instituts allemands, les intervenants tombent dans la catégorie « animateurs », du

côté français il s'agit de 34%. Enfin 1/6 des intervenants du côté allemand était des conférenciers, ce chiffre est de 15% du côté français.

Toutefois, Il est possible de constater que les Goethe-Instituts et les Instituts Français présentent des profils similaires en ce qui concerne le type d'intervenant, de même que les Alliances Françaises et le Humboldt-Zentrum. Dans les évènements observés de ces derniers ce sont surtout des animateurs qui étaient présents (respectivement (69% et 100%). Du côté du Goethe-Institut et *a fortiori* de l'institut français, ce sont plutôt des artistes/créateurs qui étaient présents (43% et 68%).

Au niveau de la provenance des intervenants – c.à.d. s'ils viennent de l'institut ou y sont extérieurs, le schéma se répètent. Les Alliances Français et le Humboldt-Zentrum ont dans respectivement 62% et 75% des évènements observés au moins un des intervenants qui provient du personnel de l'institut. Du côté du Goethe-Institut et de l'institut français ce chiffre est de 21% et 4% respectivement.

Figure 52 Type d'intervenants en fonction des instituts culturels



3.1.2. Données qualitatives

Nous abordons maintenant ce qui est ressorti du codage des notes d'observations.

3.1.2.1. Qualités des intervenants

Les qualités des intervenants artistiques (code : PART_INV_QUA) se laissent juger tout d'abord par leurs talents artistiques (3.14 [976:1046] ; 3. 21 [831:888] ; 3. 34 [1071:1100] ; 3. 57 [942:972]) voire leur biographie hors du commun (3.06 [1248:1306]). La renommée de l'artiste peut être internationale (3.07 [1116:1167]) et attirer du public par la même occasion (3.02 [1284:1331]). Dans le cas contraire, l'artiste peut être peu connu en Russie (3.21 [508:542]). Les qualités des animateurs peuvent s'apparenter un fort investissement dans un projet (3.14 [1921:2000]). Un

autre aspect est celui de langue, un modérateur ne parlait pas de tout russe (3.09 [1191:1240]). Cela dénote un manque d'investissement dans ce domaine.

3.1.2.2. Réactions des intervenants

En termes de réactions de la part des intervenants, nous avons relevé 10 citations dans les notes d'observations (code : IMPR_EMO_INV). 4 étaient positives, 6 étaient négatives. Ces dernières concernent l'investissement que demande la participation aux évènements culturels pour les intervenants. Certains ne peuvent finalement pas venir (3.23 [700:754]), d'autres sont fatigués par le voyage (3.21 [1147:1173]) ou par la surcharge de travail (3.48 [1450:1491]). Enfin, un intervenant se posent la question d'arrêter les animations par manque de temps (3.14 [2001:2064]), une autre personne a jeté l'éponge :

> « C'était finalement un des derniers évènements organisés par l'assistante qui est partir pour surcharge de travail. » (3.48 [1377:1491])

Face un public plutôt réactionnaire, un intervenant a joué la carte de la provocation (3.32 [989:1034]) : cette réaction qui a été rangée du côté des émotions négatives. Les propos de l'intervenant étaient toutefois ironiques (3.32 [1264:1316]) : cette réaction a été catégorisée positive. Au niveau des autres réactions positives, on retrouve des intervenants joviaux (3.20 [1445:1500]) qui « donnent de l'énergie » (3.31 [993:1034]) et qui sont satisfaits de l'évènement et de l'ambiance (3.21 [1081:1146]).

3.1.2.3. Échanges entre le public et les intervenants

Dans les notes d'observations il est possible de retrouver quelques annotations concernant les discussions, le format et les rapports des échanges entre le public et les intervenants (code : IMPR_ECH_INV-PUB).

Le but de la plupart des évènements culturels placé dans la catégorie « invitation »[7] est de créer une interaction entre le public et le ou les intervenants. Ainsi, il est souvent possible de discuter avec les intervenants après la rencontre (3.21 [889:997]&[1031:1080]), on peut lui poser des questions (3.02 [708:755] ; 3.14 [1807:1886] ; 3.17 [707:792] ; 3.18 [2465:2571] ; 3.32 [752:810] ; 3.36 [708:765] ; 3.41 [533:592] ; 3.54 [1108:1152]), lui parler de ses inquiétudes (3.30 [2362:2396]) ou de ses projets :

> « Une personne raconte à l'intervenant que c'est le projet qu'elle rêverait de faire à Moscou » (3.23 [2124:2215])

L'interaction peut se passer pendant l'évènement, avec par exemple un public qui donne des idées de création à l'intervenant (3.57 [873:939]), un public qui donne son

[7] Voir : II – 1.0.5.2. Typologies

avis par rapport aux propositions de l'intervenant (3.48 [734:829]) ou un public pris littéralement dans le jeu des intervenants :

> « Les deux comédiens ont une gestuelle et des mimiques de visage très expressives. [...] Le public était pris dans le jeu des comédiens, certains sont montés sur scène. » (3.55 [1322:1402]&[1529:1608])

Il s'est avéré que parfois le contact avec les intervenants était difficile, notamment en termes d'acoustique (3.24 [2842:2911]), de disposition de la salle (3.17 [1228:1387]) ou de format (3.20 [1381:1444]).

La question du format des discussions fait justement l'objet de quelques annotations dans les notes d'observations. Certaines rencontres se déroule dans un format frontal (3.20 [1357:1380] ; 3. 24 [2800:2840] ; 3.44 [586:635] ; 3.48 [496:526] ; 3.49 [1099:1121]), c'est-à-dire s'apparentant à un rapport de professeur à élèves (3.44 [691:780]) et non à pied d'égalité (3.44 [781:809]). Pour certaines rencontres nous avons dénoté que ce genre de format n'était pas le bon (3.48 [1184:1228]). Les discussions peuvent rester ouvertes malgré un format frontal (3.18 [3186:3212] ; 3.48 [602:631] ; 3.49 [1121:1148] ; 3.50 [380:400]). Ces dernières s'accompagnent souvent de modération (3.18 [2572:2612]). Cette dernière peut se dérouler de la manière suivante :

> « [L'intervenant] modère les discussions : il pose une question à laquelle les participants doivent répondre de manière volontaire. » (3.9 [498:610])

Quel que soit le format, l'intervenant échappe rarement à l'exercice de son auto-introduction (3.44 [343:436]) ou d'un discours introductif (3.18 [867:988]).

Enfin l'échange peut se terminer par une séance d'autographes (3.02 [1333:1386] ; 3.21 [997:1031]), par séance photos (3.54 [1258:1300]) ou par une remise de cadeaux à l'intervenant (3.53 [640:683] ; 3.54 [1302:1417]). D'autres personnes du public en profitent pour échanger leurs contacts avec les intervenants (3.30 [1843:1947]).

Dans un cas nous notons que « les spectateurs n'ont pas fait le rapprochement entre l'Institut et l'invitation [de l'intervenant] » (3.17 [1489:1584]).

3.1.2.4. Échanges entre les intervenants

Reste maintenant à savoir comment se passent les échanges avec les intervenants entre eux (code : IMPR_ECH_INV).

Les échanges peuvent avoir lieu entre des partenaires culturels (3.11 [1036:1098]& [1214:1364]; 3.13 [1243:1289]), des enseignants (3.51 [674:740]&[2179:2353]) ou des artistes, parfois sous la forme d'improvisation (3.53 [1545:1626]). Le personnel de l'institut culturel peut être modérateur, voire co-modérateur lors d'un évènement

coproduit avec un autre établissement culturel (3.53 [482:606]). Le modérateur est parfois extérieur à l'institut (3.32 [709:750]).

L'échange peut présenter un aspect interculturel. En voici deux exemples :

> « Il était intéressant d'associer un photographe français de mode à un roman culte russe. Isabelle Adjani s'accordait très bien au rôle de Margueritte. » (3.42. [842:991])

> « La maison du Corbusier s'accorde bien avec la maison Menikov en tout cas. » (24.txt [2984:3057])

Il arrive que les échanges interculturels ne se passent pas seulement entre deux pays, mais que d'autres pays soient aussi représentés (3.20 [893:954]). Les buts de ces échanges sont de « dialoguer ensemble et trouver des solutions. » (3.59 [1290:1339]) ou de « s'enrichir des idées des autres » (3.51 [2101:2144]).

Les évènements créés des liens entre les intervenants, non seulement pendant l'évènement lui-même (3.53 [1545:1626]&[1710:1774]) mais aussi pendant les moments informels de la pause-café (3.51 [2210:2233]) ou des visites après l'évènements (3.13 [1290:1367]). Ces moments sont aussi faits pour échanger ses cartes de visite (3.53 [1627:1655]) et se promettre de rester en contact après l'évènement (3.59 [1448:1518]). Le message est de commencer ou continuer à collaborer (3.30 [1532:1689]) et de garder le lien avec l'institut pour de prochains évènements (3.2 [1902:1985]). Nous notons que dans certains cas « qu'une future collaboration est néanmoins peu probable » (3.53 [1627:1708]).

3.1.3. Interprétations des caractéristiques des intervenants

Aussi variés que sont les évènements culturels, leurs intervenants le sont tout autant. Ces sont des artistes, des créateurs tous azimuts, mais aussi des animateurs de divers activités culturelles ainsi que des conférenciers abordant différents types de sujets. Ce sont bien des membres à part entier de la classe créative de leur pays respectif.

Les intervenants sont généralement présents lors d'un évènement ponctuel. Ils peuvent aussi à l'origine d'une œuvre que le public admire sans pourtant être présents à l'exposition. Ils interviennent en majorité seules, mais peuvent être parfois en duo ou au sein d'un groupe.

La plupart des intervenants sont du pays représenté par l'institut culturel. Il est également possible qu'ils collaborent avec des Russes ou au sein d'un groupe international.

Enfin, les intervenants sont en grande majorité extérieurs à l'institut. Toutefois, en fonction de la capacité des instituts culturels, le personnel de ce dernier peut aussi jouer le rôle d'intervenant ou de modérateur.

La qualité des intervenants artistiques est jugée en fonction de son talent et de sa renommée. Du côté des animateurs, il s'agit surtout de son investissement.

Les réactions des intervenants pendant les évènements culturels sont mitigées. Parmi les réactions négatives, il s'agit du revers de la médaille de l'investissement : la fatigue, le manque de temps, voire l'abandon d'un projet. Parmi les réactions positives c'est plutôt la joie, la satisfaction et l'énergie que procure le fait de participer à un évènement culturel en tant qu'intervenant.

Les intervenants se nourrissent des échanges avec le public. Ces derniers ont souvent lieu après l'évènements par des questions de la part du public. Parfois, les échanges se déroulent aussi sous forme de discussions ouvertes. Le rapport avec l'intervenant est cependant frontal dans la plupart des évènements et le contact avec ce dernier peut s'avérer quelquefois difficile. À ce niveau, il semble que quelques améliorations soient nécessaires.

Les échanges entre intervenants ont lieu entre spécialistes ou créateurs de domaines variés dans des contextes culturels différents. En effet, les évènements culturels ont aussi pour but de lier les artistes, créateurs ou spécialistes entre-eux dans l'espoir d'une collaboration future.

Ce qui relie les intervenants c'est donc ce qu'il apport à l'évènements culturels : de l'ingéniosité, de l'inspiration et de l'énergie – et ce qu'ils en retirent : des contacts, de la satisfaction et des idées pour des projets à venir.

3.2. RÉSULTATS II – PARCOURS DES INTERVIEWÉS

Après avoir relevé les caractéristiques des intervenants à travers les notes d'observation, il nous faut étudier les cas concrets de 19 artistes ou écrivains ayant un lien direct ou indirect avec les instituts culturels de l'Allemagne et de la France en Russie. Il s'agit dans un premier temps de saisir leur parcours de vie et leur trajectoire professionnel.

3.2.1. Nationalité

La majorité des interviewés ou des intervenants cités sont Russes : ils sont au nombre de 13 : deux metteures en scène (2.33 & 2.34), une chanteuse (2.44), un comédien (2.46 n°2), une violoniste (2.48), une sculptrice (2.52), un architecte (2.53), deux compositeurs (2.55 n°1 & n°3), dont 4 Russes émigrés en Europe : un écrivain (2,13), une peintre (2.49), une illustratrice (2.51) et un compositeur (2.55 n°2). Parmi les autres interrogés on retrouve trois Français : un journaliste indépendant (2.36), un comédien (2.46 n°1) et un illustrateur (2.50), deux Allemands : une chanteuse de rap (2.25) et un saxophoniste (2.54) – qui est lui-même d'origine Russe – ainsi qu'un Franco-suisse de langue allemande (2.35).

3.2.2. Age

Tous les interviewés et cités n'ont pas indiqué leur âge, mais il est possible d'affirmer qu'ils ont entre 20 et 60 ans environ. Trois groupes se distinguent alors. Un groupe d'interviewés ou cités qui ont entre 20 et 35 et qui sont en début de carrière : la chanteuse de rap (2.25)*, la metteure en scène (2.33)*, le journaliste indépendant (2.36)*, la violoniste (2.48), la peintre (2.49), l'illustrateur (2.50), l'illustratrice (2.51), la sculptrice (2.52). Soit 8 interviewés en tout. Un autre groupe est celui des personnes entre 35 et 60 en milieu de carrière : la chanteuse (2.44), les deux comédiens (2.46)*, le saxophoniste (2.54), l'architecte (2.54), les trois compositeurs (2.55) – 8 personnes. Enfin, un groupe de trois personnes plutôt en fin de carrière qui ont plus de 60 ans : l'écrivain émigré (2.13), la metteure en scène (2.34) et l'écrivain franco-suisse (2.35)[8].

3.2.3. Profession

La quasi-totalité des interviewés ou cités sont des artistes dans différents domaines. Du côté des arts de la scène, sept intervenants sont dans le domaine musical : soit en tant que musiciens (2.48, 2.54 et 2.55 n°2), soit en tant que chanteurs (2.25 & 2.44) ou en tant que compositeurs (2.55 n°1 & 3). Quatre intervenants sont actifs dans le théâtre en tant que comédiens (2.46 n°2) et metteurs en scène (2.33, 2.34 et 2.46 n°1). Du côté des arts visuels cinq personnes sont représentées : il s'agit de deux illustrateurs (2.50 & 2.51), d'un peintre (2.49), d'un sculpteur (2.52) et d'un architecte (2.54). Du côté littéraire on retrouve deux écrivains (2.13 & 2.35) et un journaliste (2.36).

Au sein du domaine dans lequel ils exercent leur art, les interviewés ont leur spécialité. Ainsi, le journaliste est « spécialiste des questions portant sur la création artistique contemporaine à Moscou et en Russie [...] Il étudie la scène culturelle moscovite et sa dynamique depuis six ans » (2.36 [1:140]&[282:353]). La violoniste précise qu'elle musicienne depuis ses 4 ans et s'est spécialisée dans le violon depuis ses 7 ans (2.48 [90:105]&[134:180]). La chanteuse s'est spécialisée dans la chanson française (2.44. [19147:19340]). Le comédien est aussi clown (2.46 [54:72]). D'autres artistes sont un peu plus touche à tout, comme le saxophoniste qui a longtemps chercher à se diversifier (2.53 [1303:1415]) et la compositrice n°2 qui est « allée dans plusieurs directions » (2.55 [6734:6828]) soit en fonction du style – classique, jazz ou expérimentale – soit de l'instrument : flute ou cordes vocales.

Pour autant, il arrive que la qualité d'artiste ne corresponde pas toujours avec l'activité professionnelle principale des interrogés. La peintre, par exemple, est aussi doctorante dans le domaine du transport public (2.49 [109:254]). Elle affirme d'ailleurs qu'elle « n'a pas la possibilité de se consacrer à quelque chose d'autre qu'à

---

8 Les noms suivis d'une * sont des estimations d'âge.

sa dissertation » [9] (2.49 [2268:2330]). Le comédien a créé une compagnie de théâtre/clowns (2.46 [926:1042]). Il est aussi enseignant à l'université de Grenoble. (2.46 [73:121]). Le saxophoniste a dû être professeur de musique pendant son séjour en Allemagne (2.53 [1985:2063]). La compositrice n°2 organisait en même temps un festival lors de son arrivée en Allemagne. (2.55 [5515:5681]).

Lors de leur intervention ou de leur arrivée dans le pays – qu'il s'agisse de l'Allemagne, de la France ou de la Russie – les artistes peuvent être déjà connus (du moins dans leur pays d'origine). C'est le cas du saxophoniste (2.53 [929:1301]) et de la compositrice n°2 (2.55 [5515:5681]) qui le confirme dans leurs interviews.

3.2.4. Formation

3.2.4.1. Formation académique

Une bonne partie des interviewés ou cités ont suivi une formation académique solide dans leur pays. Dans le domaine musical, la violoniste étudie au conservatoire Tchaïkovski de Moscou (2.48. [205:348]). Les compositeurs n°1 et n°2 ont également étudié là-bas [10]. Le compositeur n°3 (2.55) a étudié au conservatoire de Saint-Pétersbourg. Le saxophoniste prend conscience en Allemagne qu'il a reçu une solide éducation musicale en Russie (2.53. [2692:2878]). Seule la chanteuse de rap (2.25) n'a pas de formation académique. La chanteuse (2.44) n'évoque pas dans son interview si elle a un parcours académique ou non.

Du côté des arts visuels tous les interviewés ou cités ont reçu une formation académique. Les deux illustrateurs (2.50 & 2.51) ont étudié ensemble à la Haute école des arts du Rhin de Strasbourg (HEAR) (2.50. [166:264]). La peintre a étudié la peinture monumentaliste à l'université technique d'État à Irkoutsk puis l'université des sciences humaines à Moscou (2.49 [463:678]). La sculptrice (2.52) et l'architecte (2.54) ont fait leurs études à l'Académie d'État d'architecture et d'art de Novossibirsk[11].

Pour ce qui est du théâtre, le parcours académique des deux metteures en scène (2.33 & 2.34) et des deux comédiens (2.46) n'est pas évoqué dans leurs interviews. Les écrivains (2.13 & 2.35) et le journaliste (2.36) n'évoquent pas non plus leur parcours académique.

3.2.4.2. Formation à l'étranger

Il est aussi intéressant de constater qu'une partie des interviewés a également reçu une formation à l'étranger. Les interviewés dans l'ouvrage « Heimspiel » ont tous fait un passage dans une université allemande, ou néerlandaise dans le cas de l'architecte

---

[9] Traduit du russe par l'auteur : « у меня нет возможности заниматься чем-то кроме диссертации »

[10] Stephan Wackwick; Lasha Khvedelidze, *Heimspiel. op. cit.*, p. 60.

[11] Pour la sculptrice ceci est noté dans l'introduction de son interview en annexes (2.52.). La formation de l'architecte est notée dans *Ibid.*, p. 56.

(2.54)[12]. La peintre est doctorante à l'université de Taline (2.49 [109:254]) après avoir été étudiante à l'Université d'Humboldt à Berlin (2.49. [6232:6379]). L'illustratrice a étudié à la HEAR en France (2.51. [1297:1396]). Le comédien n°1 a aussi reçu une formation internationale au laboratoire théâtrale de Moscou (2.46. [148:221]) qui lui a beaucoup apporté (2.46 [617:667]). La sculptrice a réalisé quelques séjours de formations en Allemagne et en France. Elle déclare avec ironie que « pour le CV c'est bien d'avoir faire une exposition personnelle[13] à Paris, même si personne n'y est venue. » (2.52. [3007:3070]). Le compositeur n°1 a, selon son collègue [cf. le compositeur n°3], eu recours à son expérience qu'il a acquise auprès de la scène culturelle allemande en Russie (2.55 [2890:2951]). Cette dernière est en effet très demandée dans le pays (2.55 [3030:3103]).

3.2.5. Langue

Un aspect intéressant chez certains interviewés est la maitrise de plusieurs langues. En effet, certains ont fait l'effort d'apprendre une nouvelle langue en plus de l'anglais. On retrouve ce schéma par exemple chez la peintre (2.49. [914:945]), chez le comédien n°1 (2.46. [669:741]), chez l'illustratrice (2.51. [1276:1295]), chez la chanteuse (2.44 [7571:7813]) ou chez les interviewés dans l'ouvrage « Heimspiel » (le saxophoniste et les trois compositeurs notamment)[14]. En revanche, la sculptrice avoue que son séjour linguistique en Allemagne n'a pas été un franc-succès : « je peux seulement dire 'je suis une machine à faire de l'art' » (2.52. [2149:2245])[15].

3.2.6. Interprétations des parcours

En étudiant les parcours de personnes ayant un lien direct ou indirect avec les instituts culturels de l'Allemagne et de la France en Russie, il est possible de confirmer la diversité caractéristique aux évènements et intervenants. Malgré une majorité de Russes, les interviewés sont de différentes nationalité et travaillent dans des domaines variés. Ils se situent également à différentes étapes de leur carrière : les instituts culturels ne se mettent pas exclusivement en contact avec des « jeunes pousses » ou des créateurs au sommet de leur art mais aussi avec des personnes plutôt en fin de carrière. Il semble toutefois que les premiers liens se tissent en début de parcours.

Ce qui lie une majorité des interviewés et cités sont une formation académique solide avec quelques séjours à l'étranger ainsi que le fait de parler la langue du pays représenté par l'institut culturel avec lesquels ils sont en lien.

---

12 Stephan Wackwick; Lasha Khvedelidze, *Heimspiel. op. cit.*
13 Il s'agit du résultat de son programme de résidence à Paris
14 *Ibid.*
15 Traduit du russe et de l'allemand par l'auteur: « ведь всё что я могу сказать по-немецки: «Ich bin eine Kunstmaschine!»

3.3. RÉSULTATS III – PERFORMANCES RÉALISÉES PAR LES INTERVIEWÉS

Chaque interview ou citation – à l'exception de celles extraites de l'ouvrage « Heimspiel »[16] – a été réalisé en lien avec une performance de l'interviewé dans le cadre d'un évènement artistique. La plupart des interviewés ou cités sont ici, pour le résumer de manière pragmatique, des *intervenants artistiques*. Il s'agit maintenant d'analyser ce qu'ils ont ressenti lors de leur performance.

3.3.1. Variété des performances

Une grande majorité des évènements durant lesquels les interviewés ont réalisés leur performance ont été coproduits par les instituts culturels d'Allemagne et de la France en Russie ou sont en lien avec ces derniers. Cinq performances artistiques font partie des notes d'observations. Elles concernent sept intervenants : il s'agit de la fête d'été du Goethe-Institut dans laquelle a participé la chanteuse de rap (3.26), la pièce de théâtre « Zugbegleiterin » dont avec la metteure en scène (3.31), l'atelier « raconte ta ville », réalisé par les deux illustrateurs (3.35), la présentation du dernier livre de l'écrivain franco-suisse (3.36) et la pièce de théâtre « les méfaits du tabac » dans laquelle ont joué les deux comédiens (3.55).

Deux autres performances ont été observées mais non notées : il s'agit de la fresque de la peintre au Humboldt-Zentrum et des interprétations de Sibelius et Paganini par la violoniste. Toutefois, cette dernière performance a été réalisé à l'Institut Français de Leipzig et non en Russie.

Trois autres performances sont évoquées dans les interviews, or elles n'ont pas été observées : il s'agit du concert « Mon Paris » de la chanteuse, du festival d'art contemporain « 48h Novossibirsk » dans lequel a participé la sculptrice et d'une pièce de théâtre sur l'écume des jours de Boris Vian mise en scène par la metteure en scène (2.34).

Enfin, les interventions de deux interviewés ne sont pas directement en lien avec les instituts culturels de l'Allemagne et de la France en Russie : La présentation d'un livre de l'écrivain émigré russe et d'un article du journaliste indépendant.

Les interviews ou citations ont été réalisés soit directement à la suite des performances (2.25 ; 2.34 ; 2.46), soit quelques temps plus tard (2.36 ; 2.48 ; 2.50 ; 2.51), soit quelques années plus tard (2.44 ; 2.49 ; 2.52). Certaines citations ont été relevées pendant les interventions (2.13 ; 2.33 ; 2.35).

À partir de ce qui a été relevé dans les interviews, il est possible d'établir trois catégories d'interventions : ceux qui appartiennent aux arts visuels, ceux qui appartiennent aux arts vivants et ceux qui appartiennent à la littérature. Toutefois, les

[16] L'architecte – Annexe 2.53 ; Le saxophoniste – Annexe 2.54 ; les trois compositeurs – Annexe 2.55

deux dernières catégories ont été fusionnées ici par manque d'information du côté des activités littéraires.

3.3.1.1. Arts visuels

Pour ce qui est de la catégorie des arts visuels, les deux illustrateurs expliquent en détails les ateliers qu'ils ont réalisés. Ils évoquent le thème : la notion de lieu (2.51 [193:235]), le support : la BD (2.50 [1546:1635]& [6331:6507]). Puis ils explicitent le déroulement des ateliers avec les exercices proposés (2.51 [2432:2523] &[3478:3556]&[3704:3791]) suivis de débriefings (2.51. [2524:2561]). Ils détaillent aussi leurs projets artistiques personnels sur Moscou entre les ateliers (2.50 [6331:6507] ; 2.51 [4372:4550]). Enfin la performance s'est achevée par un vernissage présentant les travaux réalisés pendant les ateliers (2.50 [8805:8902]).

Aussi la sculptrice explique-t-elle que dans d'autres expositions coproduites par le Goethe-Institut, elle a eu des rôles différents. Ses premières activités consistaient en la projection d'un film (2.52 [394:453]), l'organisation d'un concert (2.52 [454:501]) et la préparation de nourriture (2.52 [1041:1163]) dans le cadre d'une installation performative d'un artiste allemand (2.52 [872:1040]). Elle a été ensuite commissaire d'exposition pour un projet sur El Lissitzky qui a eu lieu lors de la nuit des musées (2.52 [1164:1505]). Enfin, c'est « en tant que peintre » (2.52 [1506:1538]) qu'elle participe au festival « 48h Novossibirsk » (2.52 [1539:1618]), dans lequel elle affirme avoir « fait du bon boulot » ((2.52 [1799:1875]). Elle réalise en effet un projet pour l'exposition principale (2.52 [1662:1709]) et un autre pour le programme parallèle (2.52 [1711:1797]).

La peintre raconte également qu'il lui arrive d'organiser des expositions (2.49 [5633:5823]), mais aussi de participer à des écoles d'été (2.49 [5452:5473]), à des séjours linguistiques (2.49 [3651:3727]) ou à des expositions (2.49 [5824:5911]) dans les pays germanophones. Lors de l'entretien, elle rentre dans le détail de ses réflexions artistiques sur la création façade, réalisé avec un partenaire qu'elle a elle-même choisi (2.49 [7246:7299]) :

> « L'idée était que, en montant les escaliers, les étudiants passaient en quelque sorte d'un palier à l'autre de la formation (c'est pourquoi on a écrit dans les cercles « A1 », « B2 » etc.). La couleur verte a été tirée du logo du centre. Pourquoi y avoir dessiné des maisons ? Je ne me souviens plus. Il est parfois utile de travailler avec des images stéréotypées : les maisons à colombages sont l'une des associations les plus répandues avec l'Allemagne[17] » (2.49 [7669:8007]).

[17] Traduit du russe par l'auteur : « Идея была с том, что, поднимаясь по лестнице, студент как бы проходит сту-пени обучения (поэтому там написано в кружочках A1 B2 и так далее). Зеленый цвет взяли из логотипа Центра. Почему дома я уже не помню. Иногда имеет смысл работать со стереотипными образами – дома фахверк одна из распро-странённых ассоциаций, связанных с Германией» (2.49 [7669:8007]).

3.3.1.2. Arts vivants et littérature

La catégorie des arts vivants regroupe par exemple la musique sur scène. Pour son concert « Mon Paris » la chanteuse a dû trouver entre autres des chansons dynamiques (2.44 [17735:17856]), qu'elle a recherché sur internet (2.44 [17575:17733]). Il lui faut ensuite arranger les chansons à la sauce contemporaine (2.44 [5245:5314] &[17900:18037]) et trouver des musiciens locaux (2.44 [5052:5244]. Il y a donc toute un travail en amont, il ne s'agit pas juste de chanter des chansons françaises (2.44. [4426:4657]). Dans la même veine, la violoniste a dû trouver une partenaire pour l'accompagner (2.48 [2560:2708]) et s'inscrire à un festival (2.48 [2075:2167]), lorsqu'elle n'était pas elle-même invitée (2.48 [1370:1612]).

Du côté du théâtre, il est possible de retrouver ce même travail en amont, par exemple dans la pièce « les méfaits du tabac » réalisée par le comédien : il y a tout d'abord eu un prototype de la pièce (2.46 [419:474]), puis une traduction (2.46 [2797:3040]) et, entre autres, des représentations à Avignon (2.46 [3041:3168]). Dans le cadre de sa représentation « le fils ainé » de Vampilov, il s'est même rendu à Irkoutsk afin d'avoir de la matière pour sa pièce (2.46 [1700:1850]) et pour la traduire (2.46 [2032:2116]). Il a pu ensuite faire ses premières représentations en France (2.46 [2117:2165]).

Enfin, le journaliste présente ses réflexions sur le rôle du rap en Russie (2.36 [142:281]) ce qui est aussi le résultat d'un long processus :

> « [le journaliste] tente de faire prendre connaissance aux Français [de] la richesse et du dynamisme de la culture en Russie » (2.36 [435:552]).

3.3.2. Échanges entre les intervenants et le public et entre les intervenants eux-mêmes

Lors des premiers résultats de ce chapitre nous avons décrit les rapports entre les intervenants et le public ainsi qu'entre les intervenants eux-mêmes d'un point de vue extérieur. Les entretiens avec les intervenants artistiques nous donnent la possibilité de connaitre leurs perceptions des échanges qu'ils ont eu avec le public ou les autres intervenants.

3.3.2.1. Rapports au public et aux participants

Pour commencer l'analyse des rapports entre les participants et les intervenants peut-être faut-il établir deux types de participation : une participation active lors d'un atelier par exemple et une participation plus ou moins passive lors d'un spectacle entre autres.

Pour ce qui est du premier cas, l'illustratrice a fait remarquer que leurs ateliers étaient gratuits (2.51 [2909:2939]). Le but des ateliers était de « donner envie » aux participants, afin qu'ils « trouvent des pistes pour les explorer plus tard, dans des

projets plus personnels » (2.51 [3557:3703]). Elle et son partenaire illustrateur avaient surtout un rôle d'accompagnant dans cet atelier (2.50 [3545:3587]). L'illustratrice avait peur de ne pas avoir assez de participants, mais finalement un petit groupe « juste bien » s'est composé (2.51 [2246:2354]). Ce dernier se retrouvait autour d'un centre d'intérêt commun : le dessin (2.50 [5327:5418]). L'illustrateur affirme que le groupe a très vite appris à se connaitre et à travailler ensemble (2.50 [3682:3787]). Il a aussi indiqué que la plupart des participants étaient autodidactes (2.50 [4251:4400]) et qu'il était admiratif (2.50 [4233:4250]) de la détermination de ces derniers (2.50 [4178:4232]). Il dénote ainsi une bonne participation de la part de tous les participants (2.50 [3878:3996]).

L'esprit de petit groupe se retrouve aussi lors de spectacles, la violoniste apprécie particulièrement ce format (2.48 [1112:1228]). Elle a joué par exemple dans une école primaire en Allemagne (2.48 [4354:4399]) et les enfants ont pu chanter avec elle (2.48 [4400:4420]). Ces derniers lui ont aussi offert leurs créations manuelles (2.48 [4566:4619]). De même qu'avec les adultes, dans le cadre d'un festival à Leipzig entre autres, la violoniste trouve formidable « d'être en contact direct avec le public au moment présent, et de 'parler' en musique à l'ensemble musical et au public dans la salle »[18] (2.48 [4123:4251]).

La chanteuse compose avec un public plus nombreux qui est d'environ 600 personnes (2.44 [5419:5825]). Au vu des risques financiers liés à l'organisation d'un tel spectacle il faut aussi que de nombreuses personnes viennent à ses représentations (2.44 [5315:5825]). La salle était effectivement pleine à son dernier concert (2.44 [6608:6856]). La chanteuse avoue qu'une partie de son public se compose de ceux qui la connaisse (2.44 [3261:3441]) et qu'ils viennent parce qu'ils aiment la chanson française (2.44 [5826:6048]). Toutefois, le public souhaite entendre quelque chose de nouveau pour les prochains concerts (2.44 [16258:16357]) et veulent être surpris (2.44 [16360:16391]). Face à cette pression, la chanteuse fait des recherches pour élargir son répertoire – comme nous l'avons vu plus haut – mais écoute aussi les propositions de ses amis (assistant eux-mêmes au concert) (2.44 [16746:16938]). Malgré le nombre de spectateurs elle reste donc proche de son public, duquel elle reçoit un feedback sous la forme « d'émotions agréables et chaleureuses » (2.44 [2247:2331]). Même elle pense que le public a été satisfait de son concert, il est préférable selon elle de demander lui directement son avis (2.44 [4799:4861]). Si elle reçoit du public, elle se donne à lui aussi (2.44 [2065:2106]). Son but est de diffuser les chansons françaises qu'elle aime aux Russes :

[18] Traduit du russe par l'auteur : « быть на прямом контакте со зрителем здесь и сейчас, и буквально 'разговаривать' музыкой с ансамблистом и со зрителями в зале. »

> « J'aimerais que ces chansons soient entendues en Russie, car tout le monde ne les connait pas, même si la majorité les connait. [...] J'aimerais partager cette connaissance, ce bagage, cette richesse culturelle de la France. Je voudrais la partager avec nos auditeurs russes. »[19] (2.44 [2649:2745]&[2954:3158])

L'envie de donner au public (et recevoir de ce dernier) est également partagée par la chanteuse de rap (2.25 [109:172]), qui « a donné le meilleur de soi-même »[20] pour son concert (2.25 [69:104]), et le saxophoniste :

> « L'important c'est le geste, l'attitude envers la musique et envers le public » (2.53 [7059:7145])

3.3.2.2. Échanges entre les intervenants

Les interviewés ne sont pas toujours intervenus seuls. Lors de la formation d'une équipe, il peut subsister quelques appréhensions. La violoniste ne connaissait que depuis très peu de temps la personne avec laquelle elle a donné son concert à l'Institut Français de Leipzig et n'avait jamais joué avec elle (2.48 [2764:2857]). Dans d'autres cas, comme pour les comédiens ou les illustrateurs, ce sont des partenaires de longue date qui se connaissent bien (2.46 [348:418] ; 2.50. [110:165]). L'illustrateur insiste sur le fait que le projet a été élaboré à deux (2.50 [1157:1213]). Ces deux binômes sont intéressants puisqu'il s'agit d'équipes binationales (2.46 [348:418]). La chanteuse a également vécu l'expérience de jouer avec un Français, de manière un peu plus spontanée toutefois :

> « C'est un musicien professionnel, il chante des chansons et tout. [...]. Il a sorti un CD entier récemment. Je lui ai dit : 'Je ne comprends pas, tu as sorti un CD et je ne suis pas dessus', et il a dit que je serai sur le deuxième disque, parce qu'il m'avait écrit exprès une chanson. [...]. Le samedi, nous sommes allés au studio (ils partaient le lendemain) et j'ai enregistré la chanson avec lui. Voilà un bel échange culturel ![21] » (2.44 [22913:23393]).

Elle affirme avec cet exemple que « la vie offre la chance de rencontrer des gens intéressants, rencontres desquelles nait de tels chansons, projets ou autres choses intéressantes. »[22] (2.44 [23394:23531]). L'illustrateur avoue que refaire un tel projet

---

[19] Traduit du russe par l'auteur : « Мне хочется, чтобы в России эти песни услышали, потому что ну не все их знают, хотя большинство [...] мне бы хотелось поделиться этим знанием, этим багажом, этим вот культурным богатством Франции. Мне бы хотелось поделиться с нашими русскими слушателями. »

[20] Traduit de l'allemand par l'auteur : « Sie hat [...] ihr Bestes gegeben »

[21] Traduit du russe par l'auteur : « Он профессиональный музыкант, поёт песни и все такое. [...] У него есть целый диск, который он недавно выпустил. Я говорю: «Чтото я не поняла. Ты выпустил диск, а меня там нет», а он ответил, что я буду во втором диске, ведь мне специально песню написал. [...] В субботу мы поехали в студию, они уезжали на следующий день, и мы записали с ним песню. Такой вот культурный обмен. »

[22] Traduit du russe par l'auteur : « Это один пример, как жизнь дарит шанс и встречи с интересными людьми, из чего рождаются такие песни или проекты или чтото еще интересное. »

serait difficile sans « sa partenaire de choc » (2.50 [10432:10510]), avec laquelle il semblait avoir une bonne répartition des rôles (2.50 [3481:3539]).

Bien souvent les évènements culturels amènent à des rencontres avec d'autres artistes que ceux de son équipe, c'est le cas pour l'illustrateur par exemple (2.50 [2388:2456]&[2516:2565]&[7714:7873]). Pour la sculptrice, les expositions sont un moyen de se faire des amis, ou plutôt des contacts dans le domaine culturel (2.52[830:871]). Le comédien accrocha tout de suite avec une metteure en scène russe (c'est elle qui réalisa le premier prototype de l'adaptation « les méfaits du tabac ») et l'accompagna ensuite un peu partout en Russie (2.46 [323:346]&[556:614]). Cette rencontre est donc un moment important dans la carrière du comédien (2.46 [617:667]).

3.3.3. Réactions des intervenants de leur point de vue

Si l'on prend les réactions des intervenants de leur point de vue lors des performances, elles sont généralement plus positives que négatives. Nous avons relevé dans les interviews des intervenants artistiques 57 émotions positives contre 16 négatives et 4 neutres. Ceci est contradictoire avec ce qui a été vu dans le premier sous chapitre, où il a été relevé d'un point vue extérieur que les réactions des intervenants avaient été mitigées.

3.3.3.1. Un investissement personnel

Une performance artistique demande beaucoup d'investissement en temps et en énergie (2.50 [3054:3141] ; 2.51 [3959:4239] ; 2.52 [1876:2019]). Pour certains, comme les illustrateurs, c'est un projet qui se concrétise (2.50 [3142:3229] ; 2.51 [4974:5128]). Pour la violoniste, c'est un « petit rêve » qui se réalise (2.48 [2246:2378]). La sculptrice parle aussi d'un évènement « qui a été décisif pour elle »[23] (2.52 [777:829]). Il est donc normal que les intervenants artistiques aient quelques appréhensions (2.50 [2938:3053]), surtout lorsque c'est la première fois qu'ils font ce genre de chose (2.48 [3025:3139] ; 2.50 [2857:2937]). Il est également possible qu'ils aient du stress (2.48 [2709:2763]& [3140:3160] ; 2.50 [7652:7713] [24]) ou des déceptions si la performance ne s'est pas passée comme ils le souhaitaient (2.25 [1:68][25] ; 2.46 [3169:3233] ; 2.52 [2668:2740]&[3071:3105]). Malgré une exposition peu réussie à Paris, la sculptrice s'est dite « ne pas être trop déçue » [26] (2.52 [2940:2971]) car elle s'était préparée à un éventuel échec (2.52 [2870:2940]).

---

[23] Traduit du russe par l'auteur : « Следующее мероприятие стала очень знаковым для меня »
[24] Lié au surplus de travail
[25] Lié au mauvais temps
[26] Traduit du russe par l'auteur : « не сильно расстроилась »

3.3.3.2. Des moments partagés

Pour les illustrateurs, un évènement culturel c'est avant tout un moment de partage avec les participants et les autres intervenants (2.50 [2566:2705]&[3788:3877] ; 2.51 [2996:3023]&[5340:5362]). La chanteuse aime en effet partager ses émotions par le biais de ces concerts (2.44 [1901:2064]&[2497:2514]). Pour la violoniste, il s'agit « d'un instant qu'on aimerait éternel »[27] (2.48 [3317:3444]). Le saxophoniste affirme lui aussi que « seul l'instant compte, la musique est un art qui s'inscrit dans le temps, chaque note, chaque pause compte »[28] (2.53 [6935:7058]).

Ce moment, cet instant semble se graver dans les mémoires des interviewés : l'illustratrice parle d'un vernissage « mémorable » (2.51 [5197:5229]), d'une « belle expérience » (2.51 [4951:4974]). Pour l'illustrateur, le vernissage reste un « beau souvenir » (2.50 [8703:8805]).

L'évènement s'accompagne aussi d'une ambiance générale dont les interviewés font part dans leurs entretiens. Cette dernière peut être « bonne » (2.51 [2218:2245]), « chaleureuse » (2.48 [1689:1796]&[2987:3024]&[3161:3284]&[3285:3316] &[3856:3932]&[4007:4080]&[5746:6148]) ou « magique » (2.48 [4252:4353]). L'illustrateur raconte que « Fabrika » (le lieu où se sont déroulés les ateliers), est un « lieu vraiment génial, [...] plein de vie qui est propice à la création » (2.50 [2350:2386]&[2459:2515]). Il s'agit là d'une ambiance où « il n'y a pas lieu à conflits » (2.51 [2848:2908]) et où les gens en ressortent satisfaits (2.51 [2941:2995]). La chanteuse insiste sur le fait que tout le monde a été satisfait, elle-même y compris :

> « J'étais satisfaite. Le public était satisfait et le théâtre était satisfait d'avoir fait salle comble et que les gens aient quitté ce concert heureux. »[29] (2.44 [4909:5051])

La violoniste a même aperçu des larmes de joie chez les enfants pour lesquels elle a joué (2.48 [4513:4565]).

Des émotions plus sombres peuvent se dégager de certaines œuvres artistiques : à travers les chansons que la chanteuse interprète on peut retrouver par exemple l'histoire tragique d'Édith Piaf. Malgré le côté tragique de ses chansons, la mélodie reste belle (2.44 [1457:1691]). Elle chante aussi sur la guerre (2.44 [11386:11518]), toutefois les chansons qu'elle choisit sont plus souvent positives et parle d'amour (2.44 [11255:11385]&[11519:11553]&[19117:19145]). Parfois elle se reproche de ne pas avoir assez de chansons dynamiques et se promet d'en intégrer dans son prochain concert (2.44 [17143:17573]).

---

[27] Traduit du russe par l'auteur : « Эти мгновения хотелось длить вечность! »

[28] Traduit de l'allemand par l'auteur : « nur der Augenblick gilt, Musik ist Kunst in der Zeit, jede Note, jede Pause zählt. »

[29] Traduit du russe par l'auteur : « Я осталась довольна. Зрители остались довольны, и театр остался доволен, что у него был полный зал, что люди ушли счастливые с этого концерта. »

3.3.3.3. Un moment pour soi

L'évènement culturel est un moment de partage, mais aussi un instant « hors du monde » pour l'artiste. Ceci est illustré par les propos de la violoniste :

> « Je me sens le mieux du monde lorsque je joue les concertos pour violon de Mozart. [...] Cette musique je remonte le moral, efface toute tristesse dans mon cœur et rend mon âme joyeuse et lumineuse. Je suis littéralement hors de moi en jouant le concerto de Sibelius pour violon. Chaque fois, en le jouant, je suis comme transporté dans un autre monde, où ne se trouve que la froideur de la nature finlandaise et mon violon. Rien d'autre, ni personne. En même temps, cela provoque dans mon âme une forte douleur et, avec elle, le sentiment de survoler le monde entier. Ces sensations sont devenues particulièrement aigues en ce qui me concerne après avoir joué ce concerte avec l'orchestre au printemps. »[30] (2.48 [453:1110])

Cette citation montre, contrairement à ce qui a été vu plus haut, un détachement avec le public et les autres intervenants. La performance artistique est un moment pour soi dans un autre monde. « Pourquoi se laisse-t-on transporter par une belle mélodie ? »[31] (2.44 [1203:1237]) la chanteuse ne peut y répondre concrètement : « c'est difficile de l'exprimer avec des mots »[32] (2.44 [2600:2648]), « c'est une question d'alchimie »[33] (2.44 [1358:1411]). Toujours est-il que « c'est différent selon les personnes. Pour certains une chanson va surprendre et frapper en plein cœur. Pour d'autres c'est une chanson complètement différente qui va les toucher.[34] » (2.44 [1237:1357]). Ainsi une belle mélodie, ce n'est pas seulement une chanson simple (2.44 [966:1048]), avec des textes sensés (2.44 [1049:1202]&[2583:2599]), qui sonne bien sur le plan musical (2.44 [3919:3991]&[14983:15060]) et qui est bien reçue par le public (2.44 [15933:16150]), mais c'est aussi une chanson qui plait à son interprète (2.44 [2543:2582]). Il y en effet une différence lorsqu'on écoute la musique et lorsque la joue soi-même :

> « Quand je m'entends chanter, par exemple, ce n'est certainement pas la même sensation que quand je chante. Quand je chante, c'est une autre sensation, plus profonde. »[35] (2.44 [1765:1899])

Le saxophoniste ajoute sur ce point :

---

[30] Traduit du russe par l'auteur : « Лучше всего я чувствую себя, когда играю концерты Моцарта для скрипки. [...] Эта музыка так моментально поднимает настроение и уносит всю печаль из сердца, и на душе становится радостно и светло. я буквально схожу с ума играя концерт Сибелиуса для скрипки. Каждый раз, играя его, я как будто переношусь в какие-то другие миры, где есть только холодная финская природа и скрипка. И больше ничего и никого. Одновременно это вызывает и сильное щемленые в душе, и вместе с тем чувство полёта над всем миром. Особенно эти ощущения обострились у меня после того, как весной я играла этот концерт с оркестром. »

[31] Traduit du russe par l'auteur : « А почему песня цепляет? Я не знаю. »

[32] Traduit du russe par l'auteur : « И вообще не знаю даже, как выразить это словами. »

[33] Traduit du russe par l'auteur : « А почему так происходит неизвестно. Это химия такая. »

[34] Traduit du russe par l'auteur : « У всех же поразному. Кого-то одна песня чемто удивила и поразила в самое сердце. Кого-то тронула совершенно другая песня. »

[35] Traduit du russe par l'auteur : « Когда я слышу себя со стороны, например, то это, конечно, не то ощущение, когда ты поешь. Когда ты поешь, другое ощущение более полное »

> « Peu importe la musique que l'on joue : il faut la jouer avec passion, il faut croire à fond en ce que l'on est en train de jouer. »[36] (2.53 [6732:6933]).

La plupart des intervenants, comme l'exprime l'illustrateur, sont en effet passionnés par ce qu'ils font (2.50 [1636:1730]).

3.3.4. Influence dans la pratique artistique

Enfin, il semble important de connaitre ce que les performances réalisées en lien avec les instituts culturels ont apporté aux intervenants dans leur pratique artistique. Il s'agit notamment de savoir en quoi un rapport à l'altérité permet d'enrichir cette dernière.

3.3.4.1. Nouvelles sources d'inspiration

Dans leur rapport à l'altérité les intervenants artistiques semblent trouver de nouvelles sources d'inspiration : la créativité de la peintre se nourrie d'idées de toute provenance (2.49 [1493:1588]). Au début de chaque atelier les illustrateurs ainsi que les participants présentaient différentes références artistiques (2.51 [2355:2431]), ce qui permettait « d'alimenter [leur] travail et favorisait [leur] ouverture à de nouvelles influences » (2.50 [5081:5326]). L'illustratrice a ainsi fait « de jolies découvertes » grâce aux participants des ateliers (2.51 [3024:3145]).

Le saxophoniste fait clairement passer le message : il s'agit de toujours plus se diversifier et faire de nouvelles expériences musicales. Selon lui « chaque performance est une découverte ». Durant cette dernière il est possible de créer de nouveaux monde (2.53 [7146:7243]). Mêmes propos chez la compositrice n°2 : elle souhaitait aller dans toutes les directions qui lui plaisait, même à contrecourant de ce qui se pensait à l'époque (2.55 [6734:7026]&[7153:7282]). Aussi la chanteuse a-t-elle toujours chercher à élargir son répertoire de chansons françaises (2.44 [14150:14203] &[16231:16256]&[17034:17142]&[18618:18682]).

3.3.4.2. Trouver son identité artistique

Ces nouvelles sources d'inspiration déteignent sur les œuvres des artistes. On retrouve chez la metteure en scène des aspects de la vie allemande dans sa pièce (2.34 [376:447]). L'écrivain franco-suisse suppose que sa bilingualité apporte une autre musicalité que celle qui existe habituellement dans son nouveau pays (2.35 [203:310]). De son côté, le saxophoniste a redécouvert des artistes russes depuis l'Allemagne (2.53 [3494:3855]). Il affirme avoir fait sien l'harmonique des opéras russes, bien que ses compositeurs aient écrit dans « la tradition européenne » (2.53 [3156:3492]) : la Russie fait en effet partie de l'occident musicalement (2.53 [2995:3054]) mais a ses propres traditions (2.53 [3054:3154]). C'est depuis l'Allemagne qu'il « commença à

[36] Traduit de l'allemand : „[Es ist egal], welche Musik man macht: man soll es leidenschaftlich tun, muss fest glauben an das, was man gerade spielt »

chercher [s]on propre moi, [s]on identité musicale, dans une culture européenne commune »[37] (2.53 [2880:2993]). Quand on pose la question à l'architecte de ce qu'il espère de ses collègues à Novossibirsk, il répond la chose suivante :

> « Ils doivent d'abord s'intégrer dans le système international. Ils doivent également reconnaitre ce qui les rend différents du reste du monde et trouver leur propre identité avec laquelle ils pourront ensuite enrichir le monde »[38] (2.54 [7816:8027]).

Le cas de la chanteuse est plus parlant. Elle commence sa carrière tout d'abord en chantant des chansons traditionnelles russes (2.44 [8920:8998]). Elle avoue ne pas avoir aimé les chansons françaises autrefois (2.44 [12548:12659]). La première interprète qui lui venait en tête était Mireille Mathieu, parce qu'elle était populaire en Union soviétique. Elle ne pouvait pas supporter ses « manières traditionnelles, typiquement françaises » de chanter (notamment avec les « r » roulés) (2.44 [12709:13125]&[13463:13563]). Elle préférait les chansons anglo-saxonnes (2.44 [12660:12707]). C'est avec l'arrivée de chansons francophones dans les années 1990/2000 (2.44 [13564:14058]), couplée à une histoire d'amour (qui sera brièvement abordée dans le prochain sous-chapitre) que la chanteuse commence à aimer et à avoir envie de chanter des chansons françaises (2.44 [13172:13462]). Elle finit par revenir sur des chansons plus anciennes (2.44 [14610:14704]), notamment Edith Piaf (2.44 [14204:14304]). Elle n'aime pas toutes ses chansons (2.44 [14305:14609] mais adore par exemple « l'hymne à l'amour » (2.44 [395:720]). Cette chanson la touche profondément (2.44 [1412:1456]). C'est ainsi que la chanteuse établit un lien avec la chanson française dont elle en fait son identité musicale : elle affirme non seulement être la seule d'Irkoutsk à avoir un répertoire de chansons françaises aussi large (2.44 [18781:18925]) mais aussi d'avoir trouvé sa voie professionnelle avec cette dernière :

> « Il s'avère que j'ai trouvé ce qui me convient et j'adore. Voilà. Je suis en effet pour que les gens aiment ce qu'ils font comme travail. Je chante et j'aime la France. [...] Je suis chanteuse professionnelle de métier et mon amour pour la culture française et le chant se sont croisés à un moment donné ce qui m'a permis d'en gagner ma vie. [...] Oui, les chansons françaises je permettent de gagner ma vie comme d'en tirer satisfaction, ce qui est le plus important pour moi. De manière générale, j'aime chanter et je prends du plaisir à la faire. Et si on m'invite à ne chanter que des chansons françaises, j'accepte tout de suite, sans même réfléchir. »[39] (2.44 [18928:19115]& [19147:19340]&[19416:19695])

---

37 Traduit de l'allemand par l'auteur : « Ich begann mein eigenes Ich, meine musikalische Identität im Kontext der gemeinsamen europäischen Kultur zu suchen »

38 Traduit de l'allemand par l'auteur : « Sollten sie sich erst in das internationale System integrieren. Außerdem sollten sie erkennen, was sie vom Rest der Welt unterscheidet, ihre eigene Identität finden, mit der sie dann die Welt bereichern können. »

39 Traduit du russe par l'auteur : « Получается, что я нашла своё, и мне это очень нравится. Вот в чем дело. Я вообще за то, чтобы люди, которые делают свою работу, любили то, что они делают. Я исполняю песни и обожаю Францию. [...] Моя профессия певицы, профессионального музыканта, и любовь к французской культуре и песне в один момент пересеклись и позволяют мне и зарабатывать себе на жизнь. [...] Да, французские песни помогают мне как зарабатывать, так и получать от этого удовольствие, что для меня является

Toutefois, il ne s'agit pas simplement de copier des vieilles chansons – la chanteuse préfèrerait écouter l'interprète original dans ce cas-là (2.44 [2332:2496]& [15478:15535]) – mais de les adapter à son style plus contemporain (2.44 [15289:15458]), plus jazzy aussi (2.44 [14830:14951]).

3.3.4.3. Long processus d'intégration culturelle

La chanteuse pointe aussi du doigt le long lien qu'elle entretien avec la chanson française (2.44 [12353:12547]). Le comédien affirme qu' « il faut des échanges nombreux dans le pays et avec les acteurs de la vie culturelle de ce dernier » (2.46 [4094:4197]) afin de mieux comprendre les repères culturels de l'autre (2.46 [4020:4092]) et d'avoir une compréhension commune, des références en commun (2.46 [4198:4321]). Il s'agit d'un long processus long d'adaptation (2.46 [3948:4018]) à une autre manière de travailler (2.46 [742:843]&[873:924]), à d'autres rapports humains (2.46 [844:869]). Même constat chez le compositeur n°1 : son intégration dans la vie culturelle allemande s'est d'abord faite petit à petit (2.55 [3240:3307]), puis est allée de soi (2.55 [3371:3399]) :

> « Je suis arrivé dans un environnement qui s'est développé avec moi. Et j'ai pu, grâce à mes amis allemands, je plonger de manière beaucoup plus approfondie dans le contexte actuel. »[40] (2.55 [3804:4030])

La compositrice n°2 déclare également que le chemin qu'elle a pris, « la vie culturelle allemande l'a pris avec [elle] » (2.55 [7595:7705]).

3.3.4.4. Autres apports concrets aux pratiques artistiques

Pour l'illustrateur, il est difficile de savoir si son séjour à Moscou a un impact sur sa manière de travail (si oui, à quel niveau ?) (2.50 [9808:9948]) : cela reste relativement abstrait (2.50 [10092:10135]), même s'il « se replonge dans cette période pour [s]'imprégner de certaines émotions, des choses qu'[il a] pu vivre, observer ou ressentir là-bas » (2.50 [9949:10091]). L'écrivain franco-suisse ne sait pas non plus si sa tournée en Russie aura une signification pour son travail ou son parcours (2.35 [919:998]).

La peintre avoue qu'elle aurait réalisé la même œuvre pour le centre Humboldt, même sans connaissance préalable de la langue et culture allemande (2.49 [8086:8238]). Toutefois, son parcours à l'étranger et son activité au sein de l'institut a beaucoup influencé son style (2.49 [5557:5600]). Ils lui ont également donné une nouvelle étique professionnel (2.49 [1699:1723]), une manière plus libre et plus globale

---

самым главным. Я вообще люблю петь и наслаждаюсь процессом. И если меня приглашают петь исключительно французские песни, то я сразу же соглашаюсь, даже не раздумывая. »

[40] Traduit de l'allemand par l'auteur : « Ich kam in ein Umfeld, das sich gemeinsam mit mir entwickelt hat. Und ich konnte mich dank meiner deutschen Freunde deutlich starker in Details vertiefen und zum gegenwärtigen Kontext übergehen, der hier und jetzt aktuell war. »

de penser (2.49 [5250:5294]) ainsi qu'une meilleure compréhension de son rôle en tant qu'artiste (2.49 [5601:5632]).

Les représentations de la violoniste à Leipzig ont aussi changé sa vision de la musique (2.48 [3933:4005]). Elle joue de manière différente depuis (2.48 [4778:4849]) : elle ne stresse plus comme avant, elle n'est plus du tout nerveuse (2.48 [4081:4122]&[4904:4942]). Elle se met à « jouer 'pour' le public dans le sens premier du terme » (2.48 [4850:4903]).

Enfin, de manière très concrète, le séjour du comédien à Irkoutsk lui à donner matière pour préparer sa pièce (2.46 [1965:2030]).

3.3.5. Interprétations des performances

Lorsqu'on lui demande le détail de sa performance, un intervenant artistique ne s'arrête pas au moment sa réalisation concrète. Il peut s'étendre sur le déroulement des activités, évoquer les différents rôles qu'il a joué, expliquer ses réflexions intellectuelles sur son travail et surtout s'épancher sur tout le travail en amont qui a été réalisé avant la performance qui est donnée à voir lors de l'évènement. À la variété des tâches que doit exécuter un intervenant artistique pour sa performance, s'ajoute la variété des disciplines artistiques des différents intervenants en lien avec les instituts culturels. Ce dernier point, déjà mentionné plusieurs fois, se voit doter ici d'une seconde couche de complexité. En effet, le récit des intervenants permet de montrer la diversité des activités au sein d'une même catégorie artistique.

Les intervenants artistiques se nourrissent des échanges avec le public. Un petit groupe de participants à tendance à plus favoriser ces derniers. Le contact est plus direct, les personnes sont plus actives et les intervenants peuvent plus facilement les intégrer dans leurs travaux. En public plus large apporte plus de pression à l'intervenant. Les spectateurs sont plus passifs et le feedback que reçoit l'artiste est avant tout émotionnel. Donner et recevoir du public, c'est l'essence même de la performance artistique.

Les intervenants se nourrissent aussi des échanges avec les autres artistes. De nouveaux partenaires, issus de rencontres plus ou moins spontanées peuvent jouer un rôle décisif dans la trajectoire d'un artiste. Elles peuvent aussi déboucher sur un partenariat de longue durée avec un collègue provenant d'un autre pays.

Les émotions ressenties par les intervenants lors de la performance artistique sont essentiellement positives. C'est l'aboutissement d'un projet qui a demandé beaucoup d'investissement. C'est pourquoi la performance s'accompagne aussi d'appréhensions, de stresse voire de déception, lorsque cette dernière ne s'est pas déroulée comme prévu. Si l'on se borne à la durée de l'évènement artistique, il s'agit d'un moment de partage dans une atmosphère joyeuse, un moment fort dont on se souvient. Mais c'est

aussi un moment hors du temps et de l'espace : l'intervenant est littéralement transporté dans un autre monde par son art. Il s'agit d'un moment pour lui seulement.

Dans un rapport à l'altérité, l'intervenant artistique trouve de nouvelles sources d'inspiration. Ces découvertes apportent une autre musicalité, une teinte différente à la manière dont procédaient les artistes. Ils se mettent à exercer autrement leur art, commencent à s'identifier à de nouvelles références, ils les adaptent aussi en les confrontant à leurs propres références. Tout ceci demande un long processus d'intégration culturelle qui ne peut pas se réaliser avec un seul séjour à l'étranger ou une unique performance artistique avec un partenaire d'un autre pays.

3.4. RÉSULTATS IV – CHANGEMENTS DE REPRÉSENTATIONS DU MONDE PAR LE CONTACT AVEC UNE AUTRE CULTURE

Après avoir étudié l'influence du rapport à l'altérité sur les performances artistiques, il semble maintenant intéressant de voir ce qu'il provoque sur les représentations du monde chez les interviewés.

3.4.1. Activités dans le pays en dehors des performances

Une bonne partie des interviewés s'est rendue à l'étranger dans le cadre d'une performance ou de leur formation professionnelle. Il est ici question des modalités de leur séjour mais aussi des activités qu'ils ont réalisées en dehors de leur travail.

3.4.1.1. Durée et intensité des séjours

Les interviewés ont fait des expériences plus au moins longues à l'étranger. Certains l'ont précisé pendant les entretiens. Ainsi, l'écrivain franco-suisse et l'illustrateur avouent que c'est première fois qu'ils se rendent en Russie (2.35 [847:918] ; 2.50 [423:456]). Pour le comédien ce n'était pas la première fois qu'il se trouvait à Irkoutsk (2.46 [1491:1534]). Au contraire, il déclare se rendre très souvent en Russie (2.46 [1139:1199]). La sculptrice s'est rendue un mois en Allemagne (2.52 [2020:2148]) et deux fois en France pour un séjour d'une semaine en tout (2.52 [3106:3144]). La peintre parle dans l'entretien aussi de son premier séjour à l'international (2.49 [3757:3857]), depuis elle a acquis une grande expérience à l'étranger et s'est même domiciliée en Estonie (2.49 [109:254]). Ce n'est pas la seule personne de nationalité russe à vivre en Europe occidentale. De même parmi les interviewés allemands et français certains résident en Russie[41]. Il ne s'agit pas ici de dresser une liste exhaustive des expériences à l'étranger de chaque intervenant artistique mais de montrer que la durée de séjour peut être très variable selon les interviewés. Si la durée peut variée, une partie des interviewés dénotent que leur séjour fut une période intense (2.50 [7336:7368]). Pour l'illustrateur « tout était condensé » (2.50 [8678:8703]). Le

[41] Voir Résultat II – Parcours des interviewés

comédien a eu également « un programme chargé » lors de ses recherches sur les traces de Vampilov (2.46 [1930:1965]).

3.4.1.2. Tourisme et festivités

Malgré la quantité de travail que sa partenaire et lui-même avaient, l'illustrateur affirme qu'ils leur restaient quand même du temps pour des activités annexes (2.50 [7581:7651]). Ces activités étaient avant tout purement touristiques. L'illustrateur avoue qu'à Moscou « les premiers lieux qu'il a visités sont assez clichés » (2.50 [5849:5903]). Il fait également un tour dans quelques musées avec sa partenaire (2.50 [6761:6839] ; 2.51 [3145:3202]&[4240:4279]) et « déambule » dans différents endroits de la ville (2.50 [6654:6761]&[6841:6907]). Toujours est-il que l'illustratrice voulait « faire découvrir [s]on pays » à son partenaire – c'était d'ailleurs une des raisons de leur venue. (2.51 [649:721] ; 2.50 [1214:1439]). Ainsi ils ont « passé un peu de temps à Novossibirsk » – la ville natale de l'illustratrice – et « pris le train par le Transsibérien pour rejoindre Moscou ». L'illustrateur assure qu'il s'agissait d' « un temps fort de [s]on séjour en Russie » (2.50 [6983:7144]).

Les illustrateurs ne sont pas les seuls à avoir fait du tourisme pendant leur séjour : la violoniste s'est rendue en Allemagne pour « différentes raisons » (2.48 [3815:3854]), c'est-à-dire non seulement pour la musique, mais aussi dans l'optique de visiter différentes villes (2.48 [6381:6623]), d'apprécier leur architecture (2.48 [6793:6819]) et de profiter de la nature environnante (2.48 [6238:6380]&[6624:6740]&[6741:6793]). Le comédien semble aussi être impressionné par les paysages sibériens (2.48 [1572:1584]). La sculptrice a non seulement réalisé son exposition à Paris, mais a également visité la capitale et le musée Pompidou (2.52 [2973:3006]).

En dehors du tourisme, certains interviewés ont profité des festivités locales. La violoniste précise qu'elle est arrivée au moment de Noël (2.48 [5491:5655]) et qu'elle a ainsi pu apprécier l'ambiance festive et chaleureuse à Leipzig (2.48 [5746:6148]). La chanteuse de rap a été particulièrement impressionnée par le dynamisme de la vie nocturne à Moscou (2.25 [174:233]). Quant aux illustrateurs, ils assurent qu'ils ont fait la découverte de nouveaux bars (2.51 [4303:4322] et de nouveaux restaurants [géorgiens] (2.50 [6909:6982]).

3.4.1.3. Rencontres

Un séjour à l'étranger, c'est aussi l'occasion de faire de « belles rencontres » (2.51 [4324:4370]) :

> « Sans exagérer, on a rencontré que des gens très chouettes, très intéressants. C'étaient les commissaires de Fabrika, les participants, puis d'autres personnes qui gravitaient autour de ce lieu. [La directrice de Fabrika] était adorable, elle nous présentait à tout le monde. » (2.51 [4628:4888])

En plus des rencontres avec les participants, les autres intervenants et partenaires culturels, l'illustratrice a réussi à revoir « quelques copains » (2.51 [4281:4303]). Pour l'illustrateur l'idée principale de leur projet était « de rencontrer des gens, leurs histoires, découvrir un lieu à travers des regards » (2.50 [1440:1545]). Aussi ont-ils pu tous les deux faire une présentation de leur école et leur workshop auprès des élèves d'une connaissance qu'ils ont rencontré sur place (2.50 [8070:8187]).

Le séjour du comédien, supervisé par le théâtre d'arts dramatique d'Irkoutsk, lui a permis de faire la connaissance des employés et des comédiens du théâtre (2.46 [1700:1850]). Le fait que la peintre ait habité en cité universitaire lors de son séjour en Allemagne dans le cadre de ses études lui a permis de faire connaissance de plus près avec la vie étudiante (2.49 [4307:4355]).

3.4.2. Liens créés pendant le séjour

Les rencontres pendant les différents séjours peuvent déboucher sur des liaisons professionnelles, amicales, voir amoureuses. Il semble intéressant d'étudier ici certains cas de figure.

3.4.2.1. Liens professionnels

Pour ce qui est du premier cas, l'illustrateur est par exemple resté en contact avec un illustrateur moscovite en ayant la possibilité de réaliser de futurs projets avec lui (2.50 [8366:8508]&[10220:10318]). Le comédien a de nombreux contacts professionnels en Russie (2.46 [1200:1264]), avec lesquels il a une relation directe (2.46 [6093:6173]).

Les collègues de la peintre en Allemagne l'ont aidé pour faire sa demande de visa pour venir réaliser des expositions (2.49 [5912:5997]). Elle a pu aussi loger chez eux le temps du séjour (2.49 [5999:6034]).

3.4.2.2. Amitiés internationales

Les relations avec les personnes rencontrées surplace peuvent par la suite dépasser le cadre professionnel. La peintre emploie à la fois le terme de « coopération artistique » et celui d'« amitiés internationales » (2.49 [6035:6113]). La comédienne parle d' « échanges culturels franco-russes » (2.44 [22503:22592]) qui débouche sur une amitié (2.44 [22319:22432]). Les illustrateurs ont eu la possibilité de revoir les gens rencontrés à la fin de leur séjour (2.50 [8903:9037] ; 2.51 [5230:5339]). L'illustratrice espère revoir certaines personnes qu'elle a rencontrées dans un futur séjour en Russie (2. 51 [5447:5559]).

Non seulement le fait l'aller ailleurs, mais aussi la venue d'étrangers dans son pays peut aboutir à des liens amicaux. C'est le cas pour la chanteuse qui a commencé à avoir une relation amicale avec un musicien français venu brièvement à Irkoutsk (2.44

[22795:22912]). Par ses nombreux liens personnels avec les habitants du pays, le comédien déclare qu' « une partie de [lui] est en Russie » (2.46 [1200:1264]).

3.4.2.3. Relations amoureuses

Il arrive qu'une rencontre aboutisse sur une relation amoureuse. C'est ce qui est arrivé à la chanteuse avec un Français travaillant à l'Alliance française de Pékin (2.44 [8736:8880]). Une histoire d'amour qui l'a marquée à vie (2.44 [9568:9623]& [10318:10375]&[13127:13170]. C'est aussi à partir de cette rencontre qu'elle commence à apprendre le français (2.44 [9416:9496]). Toutefois, la chanteuse se retrouve face à un choix délicat lors que son amant doit retourner en France : doit-elle l'accompagner ou revenir en Russie ? (2.44 [9679:9762]) Rentrer dans son pays fut selon la chanteuse « la plus grosse erreur de [s]a vie » (2.44 [9763:9992]). De plus, il était plus difficile de garder le contact à l'époque que maintenant (2.44 [10022:10317]).

Toujours est-il que des années plus tard ils se retrouvent à Paris, alors que la chanteuse participe à une formation vocale. Elle avoue toutefois « ne pas être vraiment venue pour la formation » (2.44 [10378:10532]) mais pour revoir son amant. Toutefois elle apprend qu'il est maintenant marié (2.44 [10719:10761]). Leurs chemins se sont ainsi séparés … (2.44 [10817:10888]) Temporairement, puisqu'ils reprennent finalement contact depuis très récemment – avec les nouveaux moyens de communication – alors qu'il commence à apprendre le russe (2.44 [10914:11010]) :

> « Nous avons renoué la relation et sommes restés en contact jusqu'à ce jour. Nous nous sommes rencontrés quelques fois. Et … je l'aime. » (2.44 [11036:11134])

Cette relation amoureuse est à la base de la direction vers laquelle va se diriger la chanteuse dans la vie professionnelle et personnelle[42]. Elle ne rencontre pas que son amant à Pékin, mais aussi la culture française. En effet, elle reçoit de son bienaimé un album de musique (2.44 [11661:11766]) que la chanteuse associe à sa relation amoureuse. Une chanson de cet album qu'elle a particulièrement apprécié se trouve maintenant dans son répertoire (2.44 [11901:12256]).

3.4.3. Émotions traversées lors du séjour

Les interviewés sont traversés par toute une série d'émotions lors de leur séjour. Le plus souvent, ce sont des émotions positives. La chanteuse de rap et l'illustrateur sont « impressionnés » par la ville de Moscou (2.25 [174:233] ; 2.50 [5905:6108]), tout comme le comédien par Irkoutsk (2.46 [1534:1571]) et l' accueil des Irkoutiens (2.46 [1586:1613]). La violoniste a même déclaré « avoir le sentiment de se trouver en plein conte de fée » (2.48 [4422:4470]& [4727:4777]) et qu'elle « n'a jamais ressenti une telle émotion auparavant » (2.48 [4470:4511]). Elle est tombée amoureuse « des gens,

[42] Voir II.3.4.6.

de la culture, de la gentillesse et de l'ouverture d'esprit des habitants, de leur attitude à notre égard, à l'égard de la musique et de la nature » (2.48 [6821:6942]). Elle est donc enchantée de son séjour (2.48 [6943:7035]). L'écrivain franco-suisse avoue aussi être heureux à chaque voyage qu'il réalise (2.35 [816:846]). L'illustrateur a également été « profondément heureux de découvrir [la Russie] » (2.50 [9253:9310]).

Certaines scènes restent gravées dans la mémoire des interviewés : la peintre se souvient d'un matin magnifique dans le quartier de Hermannplatz à Berlin (2.49 [8393:8508]). L'écrivain franco-suisse affirme que « tout ce qu'[il] voit, [il] le garde en mémoire » (2.35 [1114:1149]). Chaque séjour que la violoniste a fait à Leipzig « laisse une incroyable empreinte de bonheur dans mon âme » (2.48 [4620:4726]). L'illustrateur parle d'un mois et demi « très riche en expériences » (2.50 [8593:8677]) qui laisse un « très beau souvenir » (2.50 [6109:6137]). La chanteuse de rap va ramener ses souvenirs moscovites à la maison (2.25 [234:294]). Le fait d'avoir vécu de telles émotions donnent inévitablement envie de revenir, selon la violoniste :

> « J'ai été tellement comblée que l'année suivante, j'ai décidé de me retrouver de nouveau dans ce conte de fées à tout prix. Je me suis souhaitée ce petit rêve. » [43] [1797:1945]

Les émotions négatives mentionnées par l'illustrateur sont très vite relativisées. Il s'est certes senti un peu perdu par moment (2.50 [7370:7412]) mais cela ne durait jamais très longtemps, puisqu'il se sentait bien accompagné (2.50 [7418:7481]). Les derniers moments avec les gens qu'il a rencontré à Moscou avaient certes « une pointe de nostalgie » (2.50 [9073:9103]), mais ce furent des moments heureux (2.50 [9064:9072]).

3.4.4. Rapport à la langue du pays

Le fait de maitriser la langue du pays ou, au contraire, de ne pas la maitriser semble avoir joué un rôle important lors du séjour. Ainsi la peintre dénote quelques difficultés à communiquer avec les autochtones lors de son premier séjour, que ce soit en anglais ou en allemand (2.49 [3857:3949]). Pour elle, la grammaire allemande est « à rendre fou » (2.49 [9498:9486]), cette langue présente toutefois des subtilités intéressantes comme le mot « doch » intraduisible en russe (2.49 [9487:9579]). Elle éprouve des difficultés non seulement au niveau de la langue en soi mais aussi au niveau des modalités de communication, notamment le « small talk » (2.49 [4012:4175]). Ces difficultés linguistiques l'ont poussé à plutôt s'adresser à des étudiants russophones (2.49 [3950:4010]).

Même constat chez l'illustrateur. Il signale l'avantage de maitriser la langue du pays à propos de sa partenaire :

---

43 Traduction de l'auteur : « Я была настолько потрясена, что в следующем году решила во чтобы то ни стало снова очутиться в этой сказке. И я загадала себе такую маленькую мечту. »

> « [l'illustratrice] étant Russe, elle pouvait communiquer d'une manière plus 'précise' et 'naturelle' » (2.50 [3588:3680])

De son côté, il ne parle pas russe (2.50 [3383:3404]) et utilise l'anglais pour communiquer avec les participants – « ce qui fonctionnait bien » avoue-t-il (2.50 [3405:3480]). « Bien sûr, il y a eu quelques incompréhensions en termes de langage mais personne ne s'est arrêté là-dessus » (2.50 [4739:4849]) et « grâce à [l'illustratrice], ces incompréhensions étaient vite dispersées » (2.50 [4850:4919]). De même, les différences culturelles n'ont jamais été perçues comme des barrières selon l'illustrateur (2.50 [5005:5080]).

Pour la chanteuse, la maitrise de langue de Molière est un inconditionnel pour sa profession puisqu'elle chante en français (2.44 [8012:8197]& [8459:8533]). Or, avant son premier concert « Mon Paris » elle trouvait qu'elle n'a pas un bon niveau de français (2.44 [6180:6607]&[7115:7208]), notamment des problèmes de prononciation qui persistent encore maintenant (2.44 [8198:8285]). Les Français trouvent que son accent à un certain charme (2.44 [8286:8458]), mais pour elle cela ne sonne pas professionnel (2.44 [7369:7523]). Pour se simplifier la tâche, la chanteuse préfère les chansons avec moins de textes (2.44 [15062:15288]). Mais surtout, elle a demandé un support linguistique à l'Alliance française d'Irkoutsk[44].

Aussi l'architecte trouve-t-il indispensable que ses collègues et ses étudiants aient une connaissance en langues étrangères, afin de s'intégrer dans le système international (2.54 [7393:7546]). Le comédien insiste sur le côté international de son premier séjour en Russie (2.46 [223:280]) et de son travail en général (2.46 [1043:1137]). Le plurilinguisme a été notamment utilisé pour le prototype de la pièce « les méfaits du tabac » où les comédiens ont des répliques de Tchekhov dans différentes langues (2.46 [474:554]). La chanteuse affirme de son côté qu'il n'a pas besoin de connaitre la langue pour apprécier la chanson française :

> « Ainsi, pour les auditeurs russes, la langue n'est même pas si importante. En français, d'accord, mais peu importe les paroles, puisque dans tous les cas ils ne comprennent pas de quoi il s'agit. Toutefois, ils comprennent que la chanson parle de quelque chose de beau, probablement d'amour, et c'est pourquoi la réception se passe bien dans la majorité des cas. » [45] (2.44 [3993:4252])

Elle ajoute que la mélodie des chansons françaises plus anciennes est très proche de celle des chansons russes :

---

44 Ses rapports avec l'Alliance Française sont étudiés dans II.3.5.2.

45 Traduit du russe par l'auteur : « Поэтому для русского слушателя язык даже не так важен, французский хорошо, но неважно содержание, потому что они все равно не понимают, о чем речь. Однако понимают, что песня о чемто красивом, наверно о любви, и поэтому воспринимают по большому счету хорошо »

> « Vous savez que les cultures française et russe sont très proches. Elles étaient liées très fortement ensemble. C'est cette mélodie qu'on retrouve dans les chansons des années 50, 60, 70 et 80. Cette mélodie française est très proche de la mélodie russe. Et comme nous, les Russes, nous aimons ces chansons de tout notre cœur, elles sont pour nous comme nos propres chansons. C'est pourquoi, même sans connaissance de la langue française, les autres gens les perçoivent instinctivement de manière affectueuse et chaleureuse » (2.44 [3442:3918])[46]

La metteure en scène avoue avoir été impressionné par la langue employée par l'auteure de sa pièce, bien qu'il s'agisse d'une traduction (2.34 [163:198]). Pour l'illustrateur, les barrières de la langue ont été facilement surmontées car : « le dessin est un langage un terrain neutre où nous pouvions communiquer facilement » (2.50 [5418:5504]). Aussi la peintre met-elle en relief ses réflexions sur la langue allemande à travers le dessin (2.49 [9341:9498]). Enfin le saxophoniste affirme que le fait d'avoir appris une nouvelle langue lui a « ouvert un nouveau monde » (2.53 [2432:2510]).

3.4.5. Représentations de l'autre pays et du sien

Il est nécessaire de connaitre ici comment les artistes ont perçu le pays dans lequel ils ont séjourné. De même, il semble intéressant de savoir les réactions qu'ont provoqué leur séjour vis-à-vis de l'image que les artistes ont de leur propre pays. Nous abordons ici quatre points qui ont été mentionnés par les interviewés : les différences entre les scènes culturelles des pays, entre les formations artistiques, entre les façons de vivre le quotidien et entre les systèmes politiques.

3.4.5.1. Scènes culturelles

3.4.5.1.1. France

En ce qui concerne la scène théâtrale en France, la comédienne raconte ses mauvaises expériences au festival d'Avignon notamment vis-à-vis du lieu qui accueillait la pièce « les méfaits du tabac » :

> « La représentation de la pièce à Avignon est mitigée. Elle est surtout liée au lieu qui avait une organisation calamiteuse. Ils n'ont pas su faire une bonne promotion de la pièce, malgré les efforts faits par la compagnie pour cela (flyers et invitations). Une bonne partie de l'organisation étant assumé par la compagnie, le lieu n'a pas assuré sa part. Les costumes et les flyers ont pourtant attiré l'œil. » (2.46 [3169:3233])

Le comédien explique les déceptions de sa partenaire par des différences entre les scènes culturelles russes et française (2.46 [3589:3664]) : « en France on est plus livré à nous même » (2.46 [3665:3703]). Malgré de nombreux déplacement en France la comédienne ne s'est pas encore habitué à cette façon de travailler (2.46 [3844:3947]).

---

[46] Traduit du russe par l'auteur : « И Вы знаете же, что культура французская и русская всетаки очень близки. Они гдето были связаны, когдато переплетались очень сильно. И вот эта мелодика, которая есть в песнях тех лет в 50е, 60е, 70е, 80е годы. Вот эта французская мелодичность очень похожа на русскую. И поскольку мы русские любим сердцем, то эти песни для нас как свои. Поэтому они воспринимаются другими людьми даже без знаний французского языка, на уровне интуиции они воспринимаются очень сердечно и тепло »

La sculptrice a aussi eu une mauvaise expérience en France. Ceci est lié à des promesses non tenues des galeristes qui l'ont invitée à venir à Paris (2.52 [2742:2868]).

3.4.5.1.2. Allemagne

Quand on demande à la violoniste de représenter l'Allemagne sur une feuille de papier et de commenter son dessin, la violoniste décrit un pays utopique, où l'art est roi et musique est reine :

> « J'ai dépeint une petite ville allemande où la lumière brille à chaque fenêtre et où l'on y joue de la musique. En arrière-plan : des montagnes majestueuses dont les hauteurs protègent les habitants. Tous les habitants créent ensemble leur monde à travers l'art, y compris la musique. »[47] (2.48 [5218:5469])

Lorsqu'on est musicien, l'Allemagne est un pays « où l'on veut absolument aller » selon le compositeur n°3 (2.55 [1804:1969]). Pour la compositrice n°2, c'est un lieu ouvert à différentes expressions artistiques (2.55 [5920:5985]), avec un mélange des genres (2.55 [7440:7594]) et des possibilités d'expérimentation (2.55 [5682:5813]). Elle fait toutefois remarquer que ça n'a pas toujours été comme ça : à son arrivée en Allemagne ce n'était pas encore très bien perçu de faire de la musique contemporaine, de jouer sur des instruments historiques et d'improviser (2.55 [5987:6733]). On lui disait : « Ne fais qu'une chose à la fois, sinon personne ne va te prendre au sérieux »[48] (2.55 [7028:7152]). La situation a bien évolué depuis et la scène culturelle allemande s'est ouverte à ce genre de combinaison (2.55 [7284:7439]).

3.4.5.1.3. Russie

Un constat fait par le journaliste indépendant est que les Français ne connaissent généralement pas les artistes russes contemporains (2.36 [354:434]). Le compositeur n°1 ne pense- pas non plus que « l'environnement [culturel] russe, qui est très fort et intéressant en ce moment, influence l'environnement [culturel] allemand de quelque manière que ce soit » (2.55 [4399:4558]). Aussi est-il difficile de parler d'un « échange intellectuel entre la Russie et l'Allemagne »[49] (2.55 [4559:4678]). Ceci est lié au fait qu'ils manquent des figures artistiques en Russie contemporaine (2.55 [4679:5018]), qui pourrait porter « un discours théorique original » en matière de composition par exemple (2.55 [5157:5324]).

---

47 Traduit du russe par l'auteur : « я изобразила небольшой немецкий городок, где в каждом окне горит свет и играет музыка, а на заднем фоне величественные горы, которые со своей высоты охраняют жителей городка. Все жители вместе создают свой мир с помощью искусства и в том числе музыки. »

48 Traduit de l'allemand par l'auteur : « Mach bitte nur eine Sache, sonst wird dich niemand ernstnehmen. »

49 Traduit de l'allemand par l'auteur : « Gleichzeitig glaube ich nicht. dass der russische Kontext. der zurzeit sehr stark und interessant ist, den deutschen Kontext auf irgendeiner Wiese beeinflusst. Ich bin auch nicht sicher, ob man von einem intellektuellen Austausch zwischen Russland und Deutschland sprechen kann. »

Le saxophoniste avoue que l'art contemporain n'est pas très bien accepté en Russie : « En Europe la nouveauté est acceptée et promue, en Russie ces artistes restent à la marge »[50] (2.53 [5252:5451]). De plus « il n'en ressort pas d'institutions qui informent le grand public [sur l'art contemporain]. Il y a peu de bons artistes qui défendent cette cause. Dans les établissements scolaires l'envie est peut-être là, mais il y a peu de gens qui peuvent l'enseigner »[51] (2.53 [5453:5698]). Tout cela conduit à un retard de la scène culturelle russe en matière de musiques contemporaines (2.53 [4999:5250]&[5700:5935]).

D'un point de vu plus extérieur, l'illustrateur a aussi remarqué qu'il y a en Russie des gens « qui se battent pour faire exister leur pratique et/ou leurs opinions dans des conditions parfois particulières » (2.50 [9531:9676]). Constat que partage le saxophoniste, avec certaines nuances toutefois :

> « Il existe, comme partout, de petites scènes de musiciens - ou de compositeurs - qui se battent entre eux pour obtenir des faveurs et de la reconnaissance au lieu de s'unir et de penser réellement à l'art. »[52] (2.53 [5936:6116]).

C'est ainsi que le saxophoniste voit les difficultés avec lesquels sont confrontées les musiciens avant-gardistes et expérimentaux en Russie (2.53 [4819:4998]). Cela le rend triste pour son pays d'origine (2.53 [6118:6150]). Toutefois, il déclare essayer de faire quelque chose à travers ses concerts et ses master-class (2.53 [6152:6222]).

3.4.5.2. Éducation

3.4.5.2.1.Allemagne

La violoniste, sans avoir (encore ?) étudié en Allemagne, trouve que « dans ce pays tout est fait pour étudier »[53], en prenant comme exemple la bibliothèque de Leipzig (2.48 [3557:3700]). La peintre, qui a étudié en Allemagne, a pris connaissance des possibilités de doctorat grâce à son séjour dans le pays. Ce qui a marqué le saxophoniste, c'est la liberté qu'il avait à l'université en Allemagne mis à part les cours obligatoires (2.53 [2264:2341]). C'est aussi le loisir d'organiser soi-même son emploi du temps – ce qui n'est pas le cas en Russie (2.53 [2065:2242]). C'est enfin la possibilité de se concentrer sur les matières essentielles (2.53 [2342:2430]). Le revers de la

---

50 Traduit de l'allemand par l'auteur : « In Europa wird das Neue akzeptiert und gefordert, in Russland bleiben diese Künstler in der Marginalität. »

51 Traduit de l'allemand par l'auteur : « es entstehen keine Institutionen, die das breite— Publikum informieren. Es gibt wenige gute Künstler, die sich für die Sache einsetzen. Bei den Lehranstalten mag es den Willen geben, doch gibt es kaum Leute, die es unterrichten können »

52 Traduit de l'allemand par l'auteur : « Es gibt, wie überall, kleine Musiker — oder Komponisten-szenen, die untereinander um Gunst und Anerkennung kämpfen, anstatt sich zu vereinigen und wirklich über Kunst nachzudenken »

53 Traduit du russe par l'auteur : « я увидела, как же в этой стране всё сделано для того, чтобы учиться »

médaille est que le niveau de formation musicale pour l'agrégation en Allemagne ne peut pas rivaliser avec celui qu'il a reçu à Saint-Pétersbourg (2.53 [1842:1954]).

3.4.5.2.2.Russie

Ainsi le saxophoniste remarque qu'il a reçu une solide formation en Russie[54] et déclare :

> « Même si ça sonne un peu conservateur de dire ça, la musique classique dans sa forme la plus pure, comme peut-être le ballet classique, ne peut être étudiée qu'en Russie. » [55] (2.53 [4479:4653])

L'illustratrice apprécie aussi l'éducation plus structurée et plus méthodique que l'on reçoit en Russie par rapport à la France, où l'on travail par projet (2.51 [3277:3365]). Elle prend la gravure comme exemple (2.51 [3202:3276]). Toutefois, l'illustrateur pointe du doigt que « l'accès à l'enseignement de [la pratique du dessin et de la bande-dessinée] semble être beaucoup moins démocratisé ici qu'en France. En Russie, les écoles qui permettent ce genre d'études sont rares et très couteuses » (2.50 [4401:4586]).

Toujours est-il que ce système éducatif est en transformation. L'architecte veut amener plus de connaissance sur l'architecture occidentale dans les universités sibériennes (2.54 [4974:5179]&[5544:5667]). Le saxophoniste montre aussi qu'une nouvelle génération de professeurs est en train d'apparaitre :

> « Ces derniers temps quelques enthousiastes ont beaucoup joué et enseigné une nouvelle musique académique, notamment dans les grandes métropoles. Certains bons interprètes en sont ressortis du lot »[56] (2.53 [4654:4818]).

3.4.5.3. <u>Vie quotidienne</u>

> « Dans chaque pays, les gens sont ancrés dans un contexte, médiatique, culturel et social, et souvent on ne le remarque même pas, parce qu'il est partout, c'est comme l'air qu'on respire » (2.51 [1710:1896]).

Les propos de l'illustratruce mettent en avant le fait que les interviewés ont relevés entre autres des différences dans la vie quotidienne des habitants du pays dans lequel ils ont séjourné. Selon l'illustrateur, chaque participant de leurs ateliers étaient curieux vis-à-vis des différences culturelles (2.50 [4920:5004]). Il note aussi que l'illustratrice et lui avaient des regards différents sur la ville : « moi qui découvrais Moscou,

---

54 Voir supra II. 3.7.4.1.

55 Traduit de l'allemand par l'auteur : « Vielleicht klingt es sehr konservativ zu sagen, dass die klassische Musik in ihrer reinsten Form, wie vielleicht das klassische Ballett, nur in Russland studiert werden kann. »

56 Traduit de l'allemand par l'auteur : « In letzter Zeit spielen und lehren einige Enthusiasten vor allem in den Metropolen viel die neue akademische Musik. Es sind einige gute Interpreter herangewachsen. »

[l'illustratrice] qui y revenait après y avoir vécu pour ses études cinq ans auparavant » (2.50 [6507:6653]).

3.4.5.3.1. Allemagne

La peintre a remarqué beaucoup de différences culturelles lors de sa vie étudiante en Allemagne. Tout d'abord en ce qui concerne ses habitants :

> « J'ai été frappé par la diversité des personnes qui s'y trouvent [sur la Hermannplatz à Berlin]. Il y avait des policiers, des retraités, des jeunes, des sans-abri (du moins, ils en avaient l'air, bien qu'à Berlin, il soit difficile de juger par les vêtements) »[57] (2.49 [8509:8765]).

Elle dénote également des différences au niveau de la nourriture et des boissons alcoolisées : il est possible de boire une bière au déjeuner, en se promenant dans la rue ou sur le campus « sans passer pour un alcoolique » – ce qui n'est pas le cas en Russie (2.49 [4177:4305]&[4356:4436]&[4536:4640]). Les étudiants allemands peuvent boire et étudier en même temps (2.49 [4437:4535]) : « Personne ne sait comment les étudiants russes étudieraient si la bière était vendue dans les cafétérias. »[58] (2.49 [4641:4724]). La nourriture est excellente (2.49 [4847:4980]), toutefois la peintre a trouvé étrange les horaires d'ouverture des magasins en Allemagne : les boulangeries peuvent ouvrir très tôt (2.49 [4730:4846]) mais les magasins ne sont pas ouverts le weekend : « un choc culturel classique pour [elle] » (2.49 [4984:5079])

Au contraire, le compositeur n°3 n'a pas eu de choc culturel lors de son année universitaire (2.55 [2262:2323]). Les deux pays présentaient en effet beaucoup de ressemblances et allaient l'un vers l'autre : le compositeur n°3 n'a pu vu aucune différences (2.55 [2019:2175]), hormis peut-être le fait qu'en Allemagne tout était plus abondant et varié (2.55 [2176:2261]). Il ajoute :

> « Entretemps, on ne peut pas dire qu'il y ait un intérêt en Allemagne pour une expérience russe spécifique, comme c'était le cas dans les années 90 par exemple, car nous sommes maintenant très semblables les uns par rapport aux autres que ce soit dans le style de vie, dans la façon de penser ; du moins dans certains cercles culturels qui échangent principalement entre eux »[59] (2.55 [2324:2653]).

3.4.5.3.2. Russie

L'illustrateur a remarqué qu'il était entouré de gens sincères en Russie (2.50 [9489:9530]). La chanteuse note qu'il y a des différences générationnelles avec des gouts différents, notamment en matière de musique :

---

57 Traduit du russe par l'auteur : « Меня поразило насколько разные люди могут там оказаться. В одной очереди стояли полицейские, пенсионеры, молодежь, бездомные (по крайней мере, они выглядели как бездомные, хотя в Берлине трудно судить по одежде. »

58 Traduit du russe par l'auteur : « неизвестно, как бы учились российские студенты, если бы пиво продавали в столовых »

59 Traduit de l'allemand par l'auteur : « Mittlerweile kann man nicht sagen, dass in Deutschland Interesse an irgendwelchen spezifischen russischen Erfahrungswerten besteht, wie es z.B. in den Neunzigern der Fall war, Da wir einander nun sehr ähneln· im Lebensstil, in der Denkweise »

> « Surtout la génération plus âgée que nous, ils ont été plus ou moins élevés avec de la bonne, vieille musique et ainsi de suite. Notre génération écoute des choses complètement différentes, et les Russes, bien sûr, ne préfèrent pas les chansons françaises. Bien sûr que non »[60] (2.44 [2746:2953].)

La peintre a été frappé les différences de conception de la masculinité entre l'Allemagne et la Russie, contrairement à ce qu'elle a vu sur la Hermannplatz à Berlin (2.49 [8931:9096]): « En Russie (d'accord, à Irkousk) je n'ai jamais vu un homme aussi brutal qui ne craint pas de paraitre drôle en commandant un gâteau pareil »[61] (2.49 [9097:9240]).

3.4.5.4. Politique

3.4.5.4.1.Allemagne

La peintre trouve ce n'est pas que le régime politique qui est démocratique en Allemagne, mais la société entière avec une offre adaptée pour tous (2.49 [8766:8929]).

3.4.5.4.2.Russie

Les artistes ayant séjourné en Russie prennent beaucoup de précautions concernant leurs propos politiques. L'illustrateur déclare se sentir « assez peu légitime d'émettre un avis sur le fonctionnement global d'un pays aussi grand » (2.50 [9380:9489]. L'écrivain franco-suisse garde en mémoire tout ce qu'il voit « sans râler ou juger ou dire des choses stupides » (2.35 [999:1113]). L'architecte trouve qu'il est toutefois nécessaire d'analyser la situation sur place (2.54 [8359:8416]). À ce sujet, l'écrivain émigré russe invite les européens à analyser « l'invisible », c'est-à-dire ce qui se cache derrière les faits en Russie (2.13 [314:440]).

Au niveau démographique l'architecte trouve dommage que beaucoup de Russes quittent le pays (2.54 [7156:7234]). Aussi le journaliste indépendant pense que l'image de la Russie est parfois déformée par les émigrés russes de longue date (2.36 [552:661]). En analysant le discours de l'écrivain émigré russe sur son pays d'origine, il est en effet possible d'observer un certain fatalisme de l'intelligentsia russe qui a émigré (2.13 [1848:2141]).

3.4.5.5. Changement de représentation du pays

En ce qui concerne les représentations du pays, la violoniste affirme qu'elles ont changé avec le séjour (2.48 [6233:6237]). Chez l'illustrateur « il y a des choses qui changent et d'autres pas » (2.50 [9185:9252]), sans pour autant préciser ce qui a

---

[60] Traduit du russe par l'auteur : « Особенно поколение старше нас, они болееменее воспитаны гдето на хорошей, старой музыке и так далее. Наше поколение слушает совсем другое, и русские, конечно, предпочитают не французские песни. Конечно, нет. »

[61] Traduit du russe par l'auteur : « в России (ок, в Иркутске) я не видела, чтобы такой брутальный мужчина не побоялся показаться смешным и заказал такое пирожное. »

changé ou non. Toutefois il s'informe encore sur la situation [politique] en Russie (2.50 [9311:9379]).

3.4.6. Changement des représentations du monde

Quand on demande aux artistes si le fait d'être en contact avec une autre culture, le fait d'échanger avec différents artistes et personnes d'un autre pays ou le fait d'avoir séjourné dans une autre nation que la sienne changent quelque chose à la manière d'ont-ils se représentent le monde, beaucoup d'entre-eux répondent de manière positive. La peintre, par exemple, affirme que son séjour en Allemagne l'a « incroyablement influencé » (2.49 [5229:5250]), que sa rencontre avec la culture allemande a joué « un rôle très important » dans sa vie (2.49 [6213:6231]). La peintre répond aussi positivement à la question en ajoutant : « de façon plus globale, le fait de changer d'orientation, de ville, de pays, tout ça nous a beaucoup influencé » (2.51 [1592:1709]).

3.4.6.1. Ouverture au monde

Maintenant, il s'agit de savoir ce qui a changé chez les artistes. Pour le saxophoniste, son séjour en Allemagne a alimenté son développement personnel (2.53 [860:929]), notamment par l'accès à de nouvelles informations peu disponibles en Russie (2.53 [2510:2600]&[2601:2691]&[6444:6496]). Chez la chanteuse, sa recherche d'un répertoire toujours plus riche dans la chanson française a en même temps élargi sa vision du monde (2.44 [18038:18121]). Même constat chez l'écrivain franco-suisse :

> « Pour moi, personnellement, chaque voyage étoffe la carte, qui s'étend en mon âme, je comble les espaces encore inconnus sur cette carte. » [62] (2.35 [684:815]).

L'auteur insiste aussi sur l'enrichissement qu'apporte une biculturalité (2.35 [140:202]&[311:343] &[344:480]). Paradoxalement, il défend le fait qu'un auteur n'a pas forcément besoin de voyager : ce n'est pas une condition en soi pour devenir auteur (2.35 [497:683]). Le séjour de l'illustrateur en Russie n'a pas rassasié sa curiosité, au contraire « [s]a curiosité, [s]a soif de découverte, [s]on envie de rencontrer les gens et leur culture, restent intacts » (2.35 [10511:10622]).

3.4.6.2. S'interroger sur son identité culturelle

L'architecte souhaite que ses étudiants de Novossibirsk ne soient pas seulement enthousiasmés par de nouvelles informations mais qu'ils développent aussi un certain esprit critique (2.54 [4813:4973]) et s'engagent en société (2.54 [8420:8462]). En effet, le fait de s'ouvrir au monde permet aussi de s'interroger sur son identité culturelle, comme le souligne l'illustratrice :

---

[62] Traduit de l'Allemand par l'auteur : « für mich persönlich erweitert jede Reise die Landkarte in meiner Seele, ich fülle die weißen Flecken auf dieser Landkarte aus. »

> « Passer d'un contexte à l'autre, c'est de se rendre compte à quel point on est imprégnés des choses qui nous entourent. Ça me pose beaucoup de questions sur mon identité » (2.51 [1897:2066]).

3.4.6.3. Trouver sa voie

Nous finissons ici sur les effets de la rencontre avec une autre culture sur le parcours des interviewés par trois citations :

> « Pour être honnête, après mon premier voyage à Leipzig, j'ai gardé en moi l'idée d'organiser un tel festival en Russie. Et mon rêve continue, et j'espère qu'un jour il deviendra réalité »[63] (2.48 la violoniste [4943:5131]).

> « Lorsque je suis arrivé en Allemagne il y a une vingtaine d'années, je n'aurais jamais pu imaginer que ma vie musicale se développerait à tel point »[64] (2.53 le saxophoniste [6306:6442]).

> « Je n'aurais jamais pensé que mon amour sincère pour la culture musicale française me donnerait l'occasion de rencontrer des personnes aussi intéressantes. Grâce à la chanson française, j'ai aussi rencontré l'Alliance Française. Et puis j'ai rencontré mes amis, avec qui je suis maintenant en contact, et qui sont venus au Baïkal. Puis j'ai rencontré cet homme intéressant, et lui et moi ai enregistré une chanson en studio en pratiquement cinq minutes. Voici à quoi m'a conduit cette chaine d'évènements, de rencontres apparemment sans rapport. De ma rencontre avec Christophe à aujourd'hui, c'est-à-dire tout au long de ma vie, il y a un lien avec la culture française »[65] (2.44. la chanteuse [23532:24178]).

Ainsi, le contact avec une nouvelle culture peut être un basculement dans la vie d'un artiste. Dans certains cas, il peut même lui révéler une nouvelle voie.

3.4.7. Interprétations des nouvelles représentations par le contact avec une autre culture

Le contact avec une nouvelle culture s'est produit de manière différente selon les interviewés. En restant dans son pays, il est tout à fait possible de s'informer ladite culture ou de rencontrer des habitants du pays venus séjournés pour diverses raisons. Cependant, les séjours à l'étranger ont joué un rôle déterminant dans le contact avec une nouvelle culture pour les interviewés. Il s'agit d'une expérience plus ou moins longue selon les artistes – pouvant aller de quelques semaines à quelques années –

---

[63] Traduit du russe par l'auteur : « Честно скажу, после первой поездки в Лейпциг, у меня зародилась тайная идея сделать в России такой фестиваль. И моя мечта живет, и я надеюсь однажды она обязательно воплотится в реальность »

[64] Traduit de l'allemand par l'auteur : « Als ich vor etwa zwanzig Jahren nach Deutschland kam, konnte ich mir nicht vor-stellen, dass sich mein musikalisches Leben so entwickelt »

[65] Traduit du russe par l'auteur : « Я бы никогда не подумала, что моя искренняя любовь к музыкальной французской культуре подарит мне возможность встретиться с такими интересными людьми. Благодаря французской песне, я встретилась и с АФ. А потом я встретила своих друзей, с которыми сейчас поддерживаю отношения, и которые приезжали на Байкал. Затем я встретила этого интересного человека, и мы с ним буквально за пять минут записали песню в студии. Вот к чему меня привела эта цепочка событий, казалось бы, никак не связанных между собой встреч. От моей встречи с Кристофом и до сегодняшнего дня, то есть на протяжении всей моей жизни, прослеживается связь с французской культурой. »

mais toujours très intense et riche en émotion. Les séjours laissent généralement de beaux souvenirs aux interviewés.

Lors de leurs séjours, les artistes ont pu avoir d'autres occupations que leur travail. Ils ont pu découvrir le pays, ses habitants et participer à certaines festivités. Ce fut aussi l'occasion de faire de nouvelles rencontres professionnels, amicales voire amoureuses. Ces dernières permettent ainsi de tisser des liens entre les différents pays. Si la maitrise de la langue aide pour mieux entrer en contact avec les autochtones ou pour s'intégrer dans le milieu artistique international, la barrière de la langue n'est pas insurmontable. Il n'y a pas besoin de connaitre la langue pour apprécier la culture de l'autre.

Les interviewés ont relevé des différences entre l'Europe occidentale et la Russie. Si les artistes russes sont en règle générale attirée par la scène culturelle européenne, notamment allemande, les façons de travailler y sont différentes. Côté français, par exemple, les artistes sont plus livrés à eux-mêmes. La Russie présente une scène culturelle extrêmement dynamique, notamment au niveau musical et dans les arts plastiques. Les artistes russes contemporains restent toutefois peu connus en Europe occidental. Il n'y a pas assez d'échanges culturels, artistiques et intellectuels avec la Russie. L'avant-garde artistique russe traverse des difficultés importantes pour faire vivre leur art. Elle est peu soutenue, les politiques culturelles actuelles en Russie peuvent même lui mettre des bâtons dans les roues. De même, à une formation académique plus libre, souple et démocratisée en Europe occidentale est opposée une formation académique plus classique, solide et structurée en Russie.

Les séjours à l'étranger ont aidé les interviewés à sortir de leur contexte dans lequel ils ont été élevés. Certains ont vu des différences culturelles entre la Russie et l'Europe occidentale, notamment au niveau des mentalités, d'autre ont plutôt souligner que les manières de vivre étaient relativement proches, surtout de nos jours. Les interviewés sont plutôt réservés pour se prononcer au niveau de la situation politique, particulièrement sur la Russie, même si une analyse de cette dernière est indispensable pour comprendre le pays. Il a été également noté que l'intelligentsia russe émigrée a tendance à ramener une image négative de la Russie en Europe occidentale.

Les représentations du pays ne changent finalement pas de manière significative après un bref séjour. Il donne toutefois envie de continuer à s'intéresser au pays et à sa culture. Un séjour sur le plus long terme permet de changer les représentations du monde qu'ont les artistes. Le contact avec une autre culture amène en effet à une ouverture au monde et à un enrichissement personnel. Il permet également de critiquer ses propres références et s'interroger sur son identité. Pour certains interviewés, les rencontres avec de nouvelles personnes dans un autre contexte culturel à chambouler leur vie.

3.5. RÉSULTATS V – COOPÉRATIONS AVEC LES INSTITUTS CULTURELS DU POINT DE VUE DES ARTISTES

Pour boucler la présente analyse des entretiens avec les artistes, nous aimerions maintenant connaitre leur point de vue sur leurs coopérations avec les instituts culturels de l'Allemagne et de la France en Russie. Il est question de savoir dans un premier temps le lien qu'ils entretiennent avec les instituts, l'aide qu'ils ont reçu de ces derniers et leur avis concernant les instituts.

3.5.1. Lien des artistes avec les instituts culturels

Les liens qu'entretiennent les interviewés avec les instituts culturels de l'Allemagne et de la France sont variables. Certains n'avaient jamais entendu parler de l'institut avant leur collaboration (2.44 [20568:20696] ; 2.48 [3445:3556] ; 2.50 [673:725]), ou ne le connaissaient seulement de nom (2.49 [1053:1071] ; 2.51 [800:837]) et n'ont encore jamais vraiment travaillé avec lui (2.51 [838:877] ; 2.52 [2477:2569]).

La plupart des projets viennent de la propre initiative des artistes (2.34 [62:161] ; 2.48 [2075:2167] ; 2.50 [264:332] ; 2.51 [113:191]&[237:345]). Ce sont souvent eux qui font le premier geste vers l'institut (2.34 [199:255]) ; 2.49 [1222:1396]), parfois sous le conseil avisé d'une personne en lien avec le projet (2.50 [727:847]). Lors que les artistes sont connus des services de l'institut, ce dernier peut leur proposer des projets (2.49 [7165:7245]&[2437:2567] ; 2.55 [2953:3029]), quelque fois de manière plus ou moins spontanée afin de l'aider lors de ses manifestations culturelles (2.44 [7903:7940] ; 2.49 [2358:2436] ; 2.52 [502:695]).

La chanteuse et la sculptrice estiment avoir collaboration active avec l'Alliance Française d'Irkoutsk pour la première et le Goethe-Institut pour la seconde (44 [20504:20567]&[20697:20760] ; 52 [161:246]). Toutes les deux déclarent être « amie de l'institut » (2.44 [7524:7570]& [7814:7874] ; 2.52 [2275:2333]). La sculptrice ajoute que « c'est un plaisir de travailler avec le Goethe-Institut » (2.52 [720:776]) et que leur communication est riche et fructueuse (2.52 [2333:2386]). La chanteuse affirme aussi être en contact permanant avec l'Alliance Française (2.44 [20250:20331]).

La collaboration entre la peintre et le Humboldt-Zentrum était intense (2.49 [2332:2357]). Mais à cause de la distance, ils ne font maintenant plus de projets ensemble (2.49 [2227:2266]). Le spectacle « les méfaits du tabac » réalisé par les comédiens se fait sans le soutien direct de l'Alliance Français à Irkoutsk cette fois (2.46 [2699:2796]).

3.5.2. Aides apportées aux artistes par l'institut

Les instituts culturels apportent une aide directe aux artistes sur différents points. Tout d'abord, ils peuvent les aider à « faciliter les démarches administratives »,

notamment au niveau du visa (2.50 [847:893]). Ils peuvent également aider à l'obtention de subventions pour des projets artistiques (2.49 [1746:1936] &[5295:5451]) ou de bourses d'études, comme pour la peintre :

> « Le centre m'a aidé pour mes demandes de bourses d'études. La directrice a personnellement signé les lettres de recommandation. La dernière fois [qu'il m'a aidé], c'était lorsque j'ai participé à un concours pour obtenir une bourse d'études à l'université Humboldt. Il s'agissait d'un concours pour les étudiants de la RSUH qui maitrisaient l'allemand. J'ai reçu la bourse et j'ai passé l'année suivante à Berlin. Cela grâce à mes études au centre et au soutien de son personnel »[66] (2.49 [2569:3007]).

Lorsqu'un artiste rencontre quelques difficultés pour financer son projet (2.33 [1:85]), il peut se tourner vers les instituts culturels et demander une aide financière (2.33 [86:134]). Ainsi, certains artistes ont reçu un soutien financier de la part des instituts (2.33 [330:375] ; 2.46 [1427:1490]&[2271:2380]&[4444:4496]). Le comédien rappelle toutefois que ces moyens étaient limités (2.46 [4497:4530]). Dans son projet de fresque, la peintre était aussi restreint par le budget du Humboldt-Zentrum (2.49 [7341:7396]).

En termes de communication, les instituts peuvent aussi apporter leur aide. Ils ne se privent rarement d'annoncer sur leur site les manifestations en lien avec le pays (2.51 [878:922]). Ceci permet de donner une plus grande envergure au projet (2.50 [894:969]). Les instituts peuvent aussi servir de médiateur entre deux artistes de différents pays (2.34 [255:329]) ou bien permettent de trouver un traducteur (2.44 [20404:20446]). Ils sont souvent partant lors qu'un artiste leur demande de l'aide pour l'organisation d'une manifestation en lien avec le pays (2.44 [20448:20502]) ou pour la prise en charge d'un groupe venu d'Allemagne ou de France (2.44 [21523:21657] &[21810:21904]).

> « Un groupe français est venu me rendre visite et l'Alliance française a aidé à organiser une merveilleuse visite de notre ville pour eux. Ils ont passé toute la journée à s'occuper de mes touristes et de mes amis. Voilà comment on coopère »[67] (2.44 [20059:20249]).

Les instituts culturels peuvent enfin être d'un grand soutien aux artistes pour l'apprentissage de la langue (2.44 [7571:7813]&[7876:7902]&[7942:8011] ; 2.49 [832:913] ; 2.51 [1021:1102]) et de culture du pays concerné (2.49 [1938:2047]). La peintre fait remarquer qu'il n'y a peu d'endroit à Irkoutsk où il est possible d'apprendre

---

66 Traduit du russe par l'auteur : Центр помогал мне оформлять документы на стипендии. Любовь Вячеславовна лично подписыва-ла рекомендательные письма. Последний раз это было, когда я участвовала в конкурсе на получение стипендии для обучения в университете имени Гум-больдта. Конкурс проводили среди студентов РГГУ, которые владели немецким языком. Я получила эту стипендию и провела последующий год в Берлине бла-годаря моему обучению в Центре и поддержки его сотрудников.

67 Traduit du russe par l'auteur : « Ко мне приезжала французская группа, и АФ помог организовать для неё замечательную экскурсию по нашему городу. Целый день они занимались моими туристами и друзьями. Вот такое сотрудничество. »

la langue (2.49 [1073:1219]). Les instituts organisent également des séjours linguistiques auxquels ont participé la peintre et la sculptrice (2.49 [3727:3755] ; 2.52 [2020:2148]). Cette dernière avoue toutefois que le séjour a été peu fructueux sur le plan linguistique (2.52 [2149:2245]). La chanteuse reste très reconnaissante pour l'aide apportée par l'Alliance française d'Irkoutsk au niveau de sa diction pour les chansons françaises par exemple :

> « Afin de rectifier ma prononciation des chansons, je suis venue à l'Alliance française et j'ai demandé à [la directrice] de m'aider avec la langue française. On m'a attribué un professeur de langue maternelle, et j'ai étudié avec lui pendant quelques jours. Il a corrigé ma prononciation du français. [...] C'est grâce à l'Alliance française. Je devais m'assurer que les personnes qui parlent français et qui assistaient à mes représentations ne je dis pas que ce n'était pas en français. [...] Maintenant, l'Alliance française m'aide [toujours], bien sûr. Je maitrise bien le français et je peux interpréter des chansons françaises afin que tout le monde puisse profiter de ma prestation »[68] (2.44 [6858:7114]&[7209:7368]&[19848:20033]).

La peintre doute que les instituts culturels puissent aider les artistes en termes de créativité (2.49. [1449:1492]). Toutefois elle affirme qu'elle ne serait pas là, où elle est arrivée maintenant sans l'aide de l'institut (2.49. [6772:6926]).

3.5.3. Avis des artistes sur les instituts culturels

Le journaliste indépendant trouve les évènements que propose le Goethe-Institut à Moscou moins « sexy » que ceux de l'Institut Français (2.36 [814:868]). Ils présentent en effet un aspect plus pédagogique (2.36 [748:813]). La chanteuse considère que l'Alliance français d'Irkoutsk travail très sérieusement (2.44 [21947:22075]). La peintre estime que le Humboldt-Zentrum est une chance pour la ville (2.49 [3336:3464]). C'est aussi une bonne chose qu'il coopère avec Goethe-Institut (2.49 [3465:3522]). L'atmosphère du centre est chaleureuse (2.49 [3115:3142]), créative (2.49 [1589:1650]&[3180:3334]) et donne envie d'apprendre (2.49 [3144:3178]).

Le comédien affirme avoir reçu un accueil chaleureux de l'Alliance française d'Irkoutsk (2.46 [4383:4443]). Il trouve que cette dernière marche bien (2.46 [4663:4716]). Même si elle est obligée de se retrancher sur les cours de langue et quelques petites manifestations culturelles (2.46 [4594:4662]) elle a un fonctionnement plus sain que l'Institut Français de Moscou (2.46 [4719:4790]) :

> « Le premier reproche qu'[il] fait à l'Institut Français de Moscou/Paris est d'être trop axé sur l'export de la culture française et moins sur les échanges entre les acteurs de la vie culturelle des

[68] Traduit du russe par l'auteur : « Для того, чтобы подкорректировать слова песен, я пришла в Альянс Франсез к Ольге и попросила помочь мне с французским языком. Мне выделили преподавателя, носителя французского языка, и мы с ним занимались несколько дней. Он корректировал мой французский. [...] Это благодаря Альянс Франсез. Мне нужно было быть уверенной, что люди, владеющие французским и будучи на спектакле, не сказали, что это же не на французском. [...] Сейчас АФ мне помогает, конечно же. Я хорошо владею французским языком и могу исполнять французские песни, чтобы это было правильно, чтобы все получали удовольствие от моего исполнения. »

> deux pays. Deux exemples illustrent ce propos : 1) l'Institut Français n'était pas intéressé par le soutien d'une représentation d'un auteur de théâtre russe et d'une metteure en scène russe, bien que la pièce mette en avant un échange franco-russe en termes de jeu. 2) Il préfère privilégier la venue de la Comédie Française dans un théâtre prestigieux à Moscou… À un cout très élevé. C'est un mauvais choix stratégique selon lui car la venue de cette compagnie n'a attiré que des francophones et des expatriés français.
>
> Le second reproche est celui du côté très fermé de l'Institut Français, un peu entre expatriés, avec – pour certains – un mépris de la Russie et des Russes. En n'étant pas au contact des Russes, l'Institut Français ne réalise pas ce qu'il annonce dans son discours – celui de l'échange culturel. De plus, l'Institut Français ne s'étant pas complètement séparé de l'ambassade […] il y a un effet repoussoir » (2.46 [4791:5950]).

Le comédien fini son discours se demandant si les artistes français et russes ont réellement besoin de l'Institut Français (2.46 [5951:6025]). Il a préféré s'éloigner des canaux institutionnels de la France (2.46 [6026:6094]).

3.5.4. Interprétations

Pour beaucoup des interviewés les instituts culturels de l'Allemagne ou de la France n'ont finalement joué qu'un rôle mineur dans leurs parcours personnels et professionnels ou dans la réalisation de leur projet. Les aides apportées par les instituts se sont bornées à un maigre soutien financier, un relais communicationnel sur le site de l'institut ou un coup de main pour certaines démarches administratives.

Pour certains, en revanche ils ont joué un rôle déterminant. Ce sont d'ailleurs les instituts culturels de plus petite taille qui ont exercé la plus grande influence sur les artistes. Ces derniers ont permis à certains interviewés de se mettre au-devant de la scène, de se former à l'étranger ou de peaufiner leur art lyrique en apportant un support linguistique solide.

Pour ce qui est des instituts de plus grande taille, on peut leur reprocher d'être « trop pédagogique » du côté allemand ou d'être trop franco-français en ce qui concerne les instituts culturels de la France. Leur aide reste minime et les artistes préfèrent finalement s'écarter des cadres institutionnels.

3.6. SYNTHÈSE

3.6.1. Vérification de l'hypothèse n°1

> Les intervenants *sont pour la plupart membres de la classe créative de leur pays respectif. Cette classe étant éclectique, les intervenants opèrent dans des domaines divers et variés.*

Les intervenants lors des évènements culturels et artistiques proposés par les instituts culturels de l'Allemagne et de la France en Russie sont des membres à part entière de la classe créative de leur pays respectif. Leur domaine et leur mode d'intervention sont divers à bien des égards : il peut s'agir de créateurs tous azimuts, d'animateurs ou de conférenciers dans des disciplines extrêmement variées. Ils

peuvent intervenir seuls, en duo ou à plusieurs ; être du pays représenté par l'institut, russe ou d'une autre nationalité. Ils peuvent enfin faire partie du personnel de l'institut ou être extérieurs à ce dernier.

Il existe toutefois des différences entre les instituts : les instituts culturels de petite taille ont tendance à utiliser des membres de leur personnel comme animateurs pour leurs évènements, tandis que les instituts de plus grande taille privilégient des artistes ou des conférenciers extérieurs à ces derniers.

L'hypothèse n°1 est donc plutôt confirmée.

3.6.2. Vérification de l'hypothèse n°2

> Les performances artistiques *réalisées par les intervenants au sein d'un évènement culturel et artistique coproduit par les instituts culturels représentent un moment fort en émotions pour ces derniers.*

Un intervenant de qualité est caractérisé non seulement par ses talents artistiques, oratoires ou intellectuels, mais aussi par son investissement dans un projet. Une performance représente en effet tout un travail en amont. Il arrive que des efforts trop importants entrainent des réactions négatives de la part de l'intervenant qui peut se décourager. Cela étant, l'évènement reste vécu comme un moment riche en émotions dans lequel l'intervenant donne de son énergie et reçoit en retour une grande satisfaction.

L'hypothèse n°2 est donc légèrement nuancée.

3.6.3. Vérification de l'hypothèse n°3

> Les pratiques artistiques *des intervenants changent au contact d'un nouveau public et par l'échange avec d'autres artistes/créateurs. En effet, les artistes s'inspirent des autres manières de faire et de penser qu'ils ont rencontrées dans le pays ou chez les autres intervenants.*

Les intervenants se nourrissent des échanges avec le public. À ce niveau les petits groupes semblent mieux fonctionner que les grandes assemblées où le format est plutôt frontal. Les intervenants échangent également avec les autres intervenants : ils obtiennent ainsi de nouvelles sources d'inspiration et peuvent s'identifier à d'autres références. Leurs rencontres avec d'autres artistes peuvent aboutir à des futurs projets en commun. Pour certains elles ont joué un rôle décisif dans leur parcours.

L'hypothèse n°3 est donc plutôt confirmée.

3.6.4. Vérification de l'hypothèse n°4

> Les représentations du monde *évoluent au contact d'une autre culture. Ceci s'accompagne par l'acquisition de nouvelles références, d'une reconsidération de ses propres valeurs et de la création de lieux communs avec l'autre.*

Dans la continué de l'hypothèse n°3, il est possible d'affirmer qu'un rapport à l'altérité peut amener les artistes à s'enrichir personnellement, à s'ouvrir à d'autres contextes culturels et à s'interroger sur leur propre identité. Les découvertes et les rencontres qu'ils réalisent – qu'elles soient professionnels, amicales ou amoureuses – peuvent déboucher sur de nouvelles trajectoires artistiques ou personnelles. Certains partenariats binationaux ont abouti à des créations originales.

Toutefois, les changements de représentations du monde ne sont possibles que dans la durée. Seuls de nombreux et longs séjours suffisamment intenses permettent d'amener à une identification avec d'autres références culturelles. Aussi faut-il préciser que les contextes culturels allemands, français et russes restent proches et qu'ils convergent vers des références européennes communes plutôt que vers des divergences culturelles profondes.

L'hypothèse n°4 est donc nuancée.

3.6.5. Vérification de l'hypothèse n°5

> Les trajectoires des artistes *peuvent être influencées par les instituts culturels. Ces derniers peuvent accompagner les artistes dans des démarches d'échange soit avec le pays représenté par l'institut soit dans le pays dans lequel il se situe. Ils peuvent aussi contribuer à la promotion des intervenants.*

Les trajectoires des artistes peuvent certes être directement influencées par les instituts culturels. Ces cas restent cependant rares et plutôt cantonnés aux instituts de petites tailles. Les aides apportées par les instituts culturels permettent de soutenir les artistes dans leurs démarches administratives, financièrement, pour communiquer leur projet ou en tant que support linguistique. Toutefois, ces aides sont relativement maigres et les instituts ne font pas toujours bonne impression aux artistes, ce qui peut être un frein à la coopération.

L'hypothèse n°5 est donc réfutée et doit faire l'objet d'une reformulation en conclusion.

3.6.6. Critique de la méthode

Quantitativement, le nombre d'artistes évoqué ici semble suffisant pour tirer des conclusions solides. Néanmoins la diversité du corpus de texte utilisé pour l'analyse peut poser problème. Une bonne partie des données recueillies sont sous forme de citations relevées ultérieurement dans les protocoles de recherche lors des différents séjours en Russie. Certaines citations ou entretiens sont des paroles directement rapportées, d'autres sont écrits à la troisième personne d'après mon point de vue. Enfin, les interviewés ne sont pas dans la même démarche de réflexion entre les entretiens écrits, oraux ou les prises de paroles spontanées. Cette diversité peut prêter à confusion. Cependant les différentes formes d'expression présentent dans le corpus de texte se font échos et leurs contenus se renforcent mutuellement.

Quelques interviewés avaient un lien très éloigné avec les instituts culturels étudiés dans cette thèse. Cela a peut-être contribué à la réfutation de l'hypothèse n°5. D'un autre côté, il n'aurait pas été correct d'un point de vue scientifique de ne prendre que des artistes dont le lien est très fort avec les instituts dans le but de confirmer cette hypothèse.

Les problèmes liés à la codification ressemblent dans les grands traits à ceux rencontrés dans les notes d'observation. En ce qui concerne les critiques portant sur les notes d'observation se reporter au premier chapitre de cette partie.

3.6.7. Conclusion

> ***Le but de la recherche est de saisir l'influence des évènements et des instituts culturels sur la biographie, les pratiques artistiques et les représentations du monde des intervenants.***

Les instituts culturels ont finalement la possibilité de jouer un rôle dans la trajectoire des artistes de manière indirecte : il leur faut espérer que les artistes réalisent des découvertes et des rencontres dans le cadre de leurs évènements, échanges ou séjours qui bouleverseront vie des intervenants. C'est aussi pour ces raisons que les instituts culturels s'intéressent de plus près aux jeunes artistes dont le début de carrière est très sensible à ce genre d'expériences.

4. ANALYSE DES ACTEURS DES POLITIQUES CULTURELLES ALLEMANDES ET FRANÇAISES EN FÉDÉRATION DE RUSSIE

Les trois premiers chapitres de la partie empirique étaient consacrés à une analyse microsociologique des évènements culturels et artistiques coproduits par les instituts culturels de l'Allemagne et de la France en Russie. Il s'agissait de saisir la réception de ces évènements auprès du public et intervenants. Il nous faut maintenant passer de l'autre côté du miroir : du côté de l'émission. Pour cela il est nécessaire d'ouvrir « la boite noire de l'État » afin de comprendre les stratégies des acteurs des politiques culturelles allemandes françaises en Russie, mais aussi les difficultés qu'ils peuvent parfois rencontrer lors de leur mise en place. Il s'agit aussi d'observer les constellations entre les instituts culturels et les acteurs locaux et européens sous fond de coopération culturelle.

La présente analyse commence par un état des lieux à propos des acteurs concernés par les politiques culturelles de l'Allemagne et de la France en Russie. Puis, à travers différents entretiens avec ces derniers, nous étudions les rapports internes entre les divers acteurs d'un même pays. Nous passons ensuite aux coopérations qu'ils ont avec les structures culturelles locales, pour cela il nous faut demander l'avis non seulement à la direction des instituts culturels, mais aussi à leurs partenaires. Les acteurs sur les coopérations européennes qui se développent en Russie dans le domaine de la culture sont également interrogés. L'analyse s'achève par une étude des stratégies et difficultés évoquées par les acteurs de l'action culturelle allemande et française en Russie dans leurs entretiens.

4.0. PROTOCOLE DE RECHERCHE

4.0.1. Buts

L'étude des acteurs des politiques culturelles allemandes et françaises en fédération de Russie a pour but de connaitre les enjeux et les intentions qui les animent lors de la mise en place des évènements culturels et artistiques coproduits par les instituts culturels de l'Allemagne et de la France en Russie.

Cette étude a aussi pour but de connaitre les modalités de coopération entre les acteurs des politiques culturelles allemandes et françaises en interne, avec les partenaires culturels locaux et avec les autres acteurs européens en matière d'action culturelle en Russie.

Il s'agit enfin de connaitre les difficultés des instituts culturels de l'France et de la France en Russie lors de la mise en place des évènements culturels et des coopérations mentionnées plus haut.

4.0.2. Questions

1. Quels sont les acteurs concernés par les politiques culturelles de l'Allemagne et de la France en Russie ? Quels sont leurs moyens d'action ?
2. Quelles sont les modalités de coopérations des instituts culturels en interne ? Avec les acteurs culturels européens en Russie ? Avec les partenaires culturels locaux ? Quels sont les difficultés rencontrées dans les coopérations ? Quel est la place du franco-allemands dans les échanges avec les partenaires culturels européens ?
3. Quelle est la nature des difficultés rencontrées par les instituts culturels lors de la mise en place de leurs évènements culturels et artistiques ? Se situent-elles en interne (en termes de moyens par exemple) ou en externe (à cause d'un contexte politique difficile entre autres) ?
4. Quelles sont les stratégies poursuivies par les acteurs des politiques culturelles allemandes et françaises en fédération de Russie ? Ces acteurs ont-ils plutôt une approche promotionnelle ou d'accommodation ? Existe-t-il des différences entre le niveau Étatique et celui des instituts ?

4.0.3. Hypothèses

Les hypothèses formulées ici s'apparentent à des réponses que l'on souhaiterait positives aux questions établies en amont, sans toutefois tomber dans la naïveté. Elles sont le fruit de connaissances préalables sur le sujet, recueillies notamment lors de la partie théorique et par les premières impressions qu'ont laissé les entretiens[1].

1. *Les instituts culturels de l'Allemagne et de la France* sont nombreux en Russie. Ils sont en mesure de mettre en place une quantité importante de manifestations culturelles et sont capables d'y attirer un public large et varié. Ils disposent d'un budget relativement conséquent pour cela.
2. La deuxième question entraine obligatoirement trois sous-hypothèses
    - *La coopération interne* entre les différents échelons des politiques culturelles extérieures, que ce soit l'Allemagne ou la France, fonctionne en général de manière bienveillante. Il arrive toutefois qu'il y ait des accrochages entre les différents échelons. Le système décentralisé de

[1] À ce sujet voir Adrien Houguet, *Об аккомодации в гуманитарной политике Германии и Франции в Российской Федерации. op. cit.*, p. 9–10 et, dans sa version traduite, Adrien Houguet, *L'importance de l'approche d'accommodation dans la diplomatie publique de l'Allemagne et de la France en Russie. op. cit.*, p. 13–14.

l'Allemagne permet une coopération plus fluide que le système français resté centralisé et lié à l'ambassade.

- *Au niveau local,* les instituts culturels de l'Allemagne et de la France en Russie ont toujours un ou plusieurs partenaires culturels locaux afin de mettre en place leurs évènements culturels. Les rapports entre-eux sont souvent basées sur des relations personnelles. Il existe une volonté de collaboration réciproque.
- *Au niveau européen*, malgré une relative concurrence au niveau linguistique, l'Allemagne et la France et par extension les autres pays de l'Union Européenne poursuivent une logique de coopération étroite en matière d'action culturelle à l'étranger. Une coopération menée à bien permet de démultiplier les effets de l'action culturelle de chaque pays. Les difficultés de ces coopérations sont liées à la lourdeur des structures européennes.

3. *Les difficultés à mettre en place ces manifestations culturelle* se situent à trois niveaux : tout d'abord il s'agit de difficultés matérielles, c.à.d. de budget, de personnel et de temps. La plupart des évènements oscillent entre budget restreint et qualité du programme proposé. Ensuite le contexte politico-administratif de la Russie et les tensions politiques entre l'Union Européenne et la Russie génèrent des contraintes supplémentaires au niveau du choix de la programmation, de ses partenaires et de l'implantation des instituts. Enfin le dialogue entre la classe créative allemande/française et russe connait des déséquilibres, lié à des différences de budget, d'appréhension des politiques culturelles et de mentalités : comme s'il n'y aurait à apprendre que d'un côté.
4. *Les buts des manifestations culturelles* s'inscrivent moins dans un marketing évènementiel que dans une volonté de rapprocher la classe créative allemande/française et russe dans un dialogue sur un pied d'égalité dont le but est d'apprendre de l'autre. L'Allemagne et la France mettent ainsi en place une *approche d'accommodation* dans leurs stratégies générales de politiques culturelles extérieures. Cette stratégie poursuit l'enjeu de trouver une issue aux tensions politiques entre l'Union Européenne et la Russie afin de créer les conditions d'un partenariat à long terme entre les deux parties. De manière générale, l'Allemagne et la France poursuivent l'idée d'une résolution des conflits par le dialogue interculturel si possible.

4.0.4. Méthodes

Deux méthodes semblent pertinentes afin de répondre aux questions et vérifier les hypothèses formulées plus haut.

4.0.4.1. État des lieux

En ce qui concerne la première hypothèse un bref rappel des institutions de l'Allemagne, de la France et des dispositifs de l'Union Européenne en matière d'action culturelle extérieure, notamment dans le cas de la Russie, est établi ici.

4.0.4.2. Interviews d'expert

Pour vérifier les autres hypothèses, il semble pertinent d'analyser les entretiens semi-structurés réalisés avec les acteurs des politiques culturelles allemandes et françaises en fédération de Russie. Ces derniers ont donné leur avis sur leurs stratégies et les difficultés qu'ils ont à les mettre en place ainsi que sur les modalités de coopérations en internes, avec les partenaires locaux et avec les acteurs européens.

Comme dans le chapitre précédent, ces entretiens sont analysés de manière qualitative avec l'aide entre-autres du logiciel RQDA. Ils sont ensuite cités dans l'analyse comme autant de voix qui peuvent apporter un élément de réponse aux thèmes mentionnés plus haut. Les interviewés sont qualifiés d'*experts* puisqu'il s'agit de personnes compétentes dans leur domaine d'activité. Leurs avis sont donc pertinents pour répondre aux questions de ce chapitre.

4.0.5. Procédures

4.0.5.1. Établissement de l'état des lieux

L'état des lieux a pour but de présenter les structures institutionnelles, les capacités financières et les stratégies officielles de l'Allemagne, de la France et de l'Union européenne en termes de politiques culturelles extérieures, en excluant les domaines des médias et de l'éducation qui lui sont parfois associés. Il n'a pas l'ambition d'analyser les évolutions budgétaires et institutionnels depuis une période donnée. L'état des lieux sert avant tout à montrer ce qui est disponible en termes d'action culturelle à l'étranger. L'idée est de comparer le dispositif culturel d'un pays par rapport aux effets qu'il engendre et qui ont été observés dans les chapitres précédents.

En termes de prise de décision pour les politiques culturelles extérieures, l'Allemagne et la France présentent des schémas organisationnels qui diffèrent à certains endroits et qui se ressemblent à d'autres endroits. L'Union européenne présente aussi un dispositif particulier qui sera brièvement abordé ici. Nous commençons tout d'abord par l'administration centrale des États et de l'Union, puis par les opérateurs centraux des instituts culturels concernés par cette thèse et enfin par le réseau culturel de l'Allemagne, de la France et de l'UE en Russie.

4.0.5.2. Groupes d'experts ciblés pour les entretiens

Les *décideurs,* qu'ils se situent au niveau de l'administration centrale de l'État, des opérateurs centraux de la diplomatie culturelle ainsi qu'au niveau des ambassades et consulats allemands et français situés en Russie, font partie du premier groupe ciblé

pour les entretiens d'expert. Ces derniers peuvent renseigner sur les stratégies prises par les politiques culturelles allemandes et française à une échelle plus globale, mais aussi sur les difficultés à les mettre en place.

Les *instituts culturels* eux-mêmes, par le biais de leur directeur ou du responsable de la programmation culturelle, sont ciblés comme second groupe pour les entretiens d'expert. Il s'agit des institutions mentionnées plus haut dans l'état des lieux en introduction. Les instituts culturels représentent l'échelon central de l'analyse en termes de coopérations et des difficultés à mettre en place les évènements culturels qu'ils proposent. Certaines stratégies sont aussi abordées à ce niveau.

Les *partenaires culturels* font également partie despersonnes ciblées pour les entretiens d'expert en tant que troisième et dernier groupe. Il s'agit des institutions locales qui collaborent avec les instituts culturels de l'Allemagne et de la France en Russie afin de mettre en place des évènements culturels en commun. Les partenaires culturels, par le biais de leur directeur ou du responsable de la programmation culturelle, permettent de renseigner sur les modalités de la coopération avec les instituts culturels à partir d'un autre point de vue.

4.0.5.3. Canevas d'entretien typique

Les canevas d'entretien présentent des différences selon les groupes ciblés. Au sein de ces groupes un canevas d'entretien a été façonné sous le même modèle avec toutefois de légères différences selon les partenaires interviewés. Nous présentons ici une reconstitution d'un canevas d'entretien typique selon les différents groupes.

4.0.5.3.1. Pour les décideurs :

1. Enjeux, concepts et stratégies
   - 1.1. Interprétation des enjeux
   - 1.2. Quelle image le pays veut-il se donner de lui-même
   - 1.3. Interprétation des termes de soft power, de diplomatie d'influence et culturelle, de dialogue interculturel.
2. Difficultés et points à améliorés
   - 2.1. Difficultés en règle générale
   - 2.2. Dans le cas particulier de la Russie ou d'autres « partenaires difficiles ».
   - 2.3. Rôle de la diplomatie culturelle en cas de tensions politiques.
3. Partages des rôles, coopération et concurrence
   - 3.1. Partage des rôles au niveau de la prise de décision
   - 3.2. Place de la coopération franco-allemande et européenne dans les stratégies globales et dans le cas de la Russie.
   - 3.3. Potentiels et difficultés de la coopération, concurrence potentielle

4.0.5.3.2.Pour les instituts culturels :

1 – *(Perception des) buts des évènements culturels :* Perceptions des buts des activités et des manifestations culturelles de l'institut. Place des manifestations culturelles par rapport aux autres activités de l'institut en termes de budget, de temps et d'importance. L'image que l'institut veut montrer du pays. La place réservée au dialogue interculturel dans les activités culturelles. Exemples de manifestations culturelles en fonction des buts mentionnés par l'interviewé.

2 – *Difficulté à les mettre en place :* Difficultés rencontrées dans la mise en place des évènements, dans les activités quotidiennes. Particularités de la Russie.

3 – *Coopérations franco-allemandes et européennes :* Potentielles et difficultés. Notion de plus-value dans ce genre de coopérations.

4.0.5.3.3.Pour les partenaires culturels :

1 – Comment coopérez-vous avec les instituts culturels d'Allemagne et de la France en Russie ?

2 – Quelles sont les difficultés que vous pouvez rencontrer lors de la mise en place de ces coopérations ?

3 – Existe-t-il des différences entre les instituts culturels allemand et français en ce qui concerne les modalités de coopérations ?

4.0.5.4. Entretiens réalisés et citations attrapées en vol

Nous utilisons pour cette partie principalement 39 interviews et citations réalisées lors des recherches de terrain.

4.0.5.4.1.Décideurs (12)

- Côté allemand (4)
  - ❖ Responsable au département culturel, ambassade d'Allemagne en Russie – Annexe 2.3. (interview/protocole)
  - ❖ Responsable à la programmation culturelle dans la zone opérationnelle Europe de l'Est et Asie centrale, Goethe-Institut de Moscou – Annexe 2.4. (interview/protocole)
  - ❖ Conseiller en stratégie globale et développement de réseau, département stratégie et évaluation, siège du Goethe-Institut e.V. – Annexe 2.8. (interview/transcription)
  - ❖ Responsable du fond de coproduction, siège du Goethe-Institut e.V. – Annexe 2.31. (citation)

- Côté français (4)
  - ❖ Adjoint de coopération et d'action culturelle de l'ambassade de France En Russie – Annexe 2.1. (interview/protocole)
  - ❖ Responsable, Culture, de l'enseignement, de la Recherche et du Réseau, direction Générale de la Mondialisation, ministère de L'Europe et des Affaires Étrangères – Annexe 2.9. (interview/ transcription)
  - ❖ Attaché scientifique, ambassade de France en Russie – Annexe 2.24. (Interview/protocole)
  - ❖ Responsable, l'Institut Français Paris – Annexe 2.47. (interview/transcription)
- Du côté de l'Union Européenne (1)
  - ❖ Porte-parole, chef de la section presse et information, délégation de L'UE en Russie – Annexe 2.20. (interview/transcription)
- Homologue russe (1)
  - ❖ Maitre de conférence, université fédérale Balte et École des hautes études en sciences économiques – Annexe 2.6. (Interview/protocole)
- Comparaison avec les États-Unis (2)
  - ❖ Consul générale à New-York – Annexe 2.10. (interview/transcription)
  - ❖ Attaché scientifique, service de coopération et d'action culturelle Etats-Unis – Annexe 2.12. (interview/transcription)

4.0.5.4.2.Instituts culturels (18)

- Du côté allemand (8)
  - ❖ Coordinateur au programme de coopération, Goethe-Institut Saint-Pétersbourg – Annexe 2.2. (Interview/protocole)
  - ❖ Chargé de projet, Maison germano-russe de Kaliningrad – Annexe 2.5. (interview/protocole)
  - ❖ Responsable, Goethe-Institut de Saint-Pétersbourg – Annexe 2.22. (interview/transcription et protocole)
  - ❖ Responsable, Centre culturel allemand et européen de Nijni Novgorod – Annexe 2.27. (interview/transcription)
  - ❖ Chargé de programmation culturelle Théâtre, Musique et Danse contemporaine, Goethe-Institut de Moscou – Annexe 2.32. (citation)
  - ❖ Responsable, Humboldt-Zentrum à Irkoutsk – Annexe 2.37. (interview/transcription)
  - ❖ Responsable, Goethe-Institut de Novossibirsk – Annexe 2.40. (interview/transcription et protocole)

- ❖ Chargé de programmation culturelle, responsable jeunesse, et un enseignant de langue allemande, Maison Germano-russe de Novossibirsk – Annexe 2.41. (interview/protocole)

- Du côté français (7)
  - ❖ Attaché communication, partenariats & grands Évènements, Institut Français de Russie – Annexe 2.16. (interview/transcription)
  - ❖ Assistant Volontariat International Administratif (VIA), chargée de cours et de programmation culturelle, l'Alliance Française de Vladivostok – Annexe 2.19. (interview/transcription)
  - ❖ Responsable, antenne de Saint-Pétersbourg et Nord-Ouest de la Russie, Institut Français De Russie – Annexe 2.21. (interview/ transcription)
  - ❖ Responsable, Alliance Française de Nijni-Novgorod– Annexe 2.26. (interview/transcription)
  - ❖ Assistant Volontariat International Administratif (VIA), chargée de programmation culturelle, Alliance Française de Kazan – Annexe 2.28. (interview/transcription)
  - ❖ Responsable, Alliance Française Irkoutsk – Annexe 2.38. (interview/transcription)
  - ❖ Assistant Volontariat International Administratif (VIA), chargé de cours et de programmation culturelle, Alliance Française Novossibirsk – Annexe 2.39. (interview/transcription)
- Du côté de l'UE (1)
  - ❖ Conseiller culturel et coordinateur EUNIC, ambassade de Suède en Russie – Annexe 2.14. (Interview/protocole)
- Comparaison avec l'Allemagne et les États-Unis (2)
  - ❖ Responsable de l'institut Français Dresde/Leipzig – Annexe 2.7. (Interview/protocole)
  - ❖ Responsable Alliance Française New-York – Annexe 2.11. (interview/transcription)

4.0.5.4.3.Partenaires culturels (9)

- Côté allemand (4)
  - ❖ Adjoint à la recherche, Institut historique allemand à Moscou – Annexe 2.17. (interview/protocole)
  - ❖ Archivistes au centre national d'art contemporain– Annexe 2.18. (interview/protocole)
  - ❖ Responsable artistique VRHAM – Annexe 2.30. (citation)

- ❖ Responsable du département des langues étrangères à la bibliothèque scientifique universelle de l'oblast d'Irkoutsk « I.I. Molchanov-Sibirsky » – Annexe 2.45. (interview/transcription et protocole)

- Côté français (3)
  - ❖ Coordinateur Festival Tchekhov – Annexe 2.23. (citation)
  - ❖ Chargé de programmation du complexe culturel « Pobeda » à Novossibirsk – Annexe 2.42. (interview/protocole)
  - ❖ Gérant d'un restaurant à Irkoutsk – Annexe 2.43. (citation)
- Autres (2)
  - ❖ Responsable, Musée Dostoïevski Moscou – Annexe 2.15 (interview/protocole)
  - ❖ Responsable, Muziektheater Transparant Atwerp – Annexe 2.29. (citation)

4.0.5.5. Procédé d'analyse

4.0.5.5.1. Formation du corpus de textes

31 entretiens ont été réalisés en tout. Pour le reste, il s'agit de 8 citations marquées dans les notes d'observations des évènements culturels[2]. 16 transcriptions ont été réalisées à partir des enregistrements audios lors des interviews. 20 entretiens et citations ont fait l'objet d'un protocole dans les carnets de notes[3]. 3 entretiens font l'objet d'une transcription et d'un protocole.

Les entretiens ont été transcrits de manière à être le plus fidèle possible à ce qui a été dit par l'interrogé sans toutefois faire part des hésitations, des répétitions et des incohérences qui pourrait gêner la lecture de l'entretien une fois transcrit.

4.0.5.5.2. Codification

Le fonctionnement de la codification a été expliqué dans le chapitre 1 et 3.

4.0.5.5.3. Mesure des longueurs de citations

Déjà utilisées dans le chapitre 1, les opérations s'attachant à mesurer les longueurs de citations sont plus abondamment employées ici, notamment en fin de chapitre. Nous partons du principe que si un interviewé insiste plus sur un sujet en l'abordant plus longuement, alors ce dernier a plus d'importance à ses yeux qu'un thème évoqué brièvement. Il s'agit ici de prendre en compte le nombre de caractères contenu dans la citation. La somme des caractères issus des différentes citations au sein d'une même catégorie est alors retranchée par rapport au total et exprimée en pourcentage.

---

2 Voir 3.0.5.5 pour plus de détails.
3 Idem.

4.1. RÉSULTATS I – ÉTAT DES LIEUX

Avant de procédé à une analyse des entretiens avec les acteurs concernés par les politiques culturelles extérieures de l'Allemagne et de la France en Russie, il est nécessaire de connaitre la structure institutionnelle dans laquelle ils se situent. Nous commençons ici par l'échelon de l'administration centrale puis des opérateurs centraux. Enfin le réseau culturel allemand et français en Russie est abordé de manière plus détaillée.

4.1.1. Administration centrale

4.1.1.1. Allemagne

À l'échelon fédéral en Allemagne, c'est essentiellement *l'Office des Affaires étrangères*[4] qui a des compétences en matière d'action culturelle extérieure, si l'on exclue l'aspect éducationnel de cette dernière. Le Délégué du gouvernement fédéral pour la Culture et les Médias[5] – parfois considéré comme le prototype d'un potentiel ministère de la Culture au niveau fédéral[6] – intervient aussi dans le financement de l'action culturelle[7]. Au sein de l'Office des Affaires Étrangères, il existe un département pour la culture et la communication[8]. Parmi les services qui peuvent concerner cette thèse, il s'agit du service 601 « Relations culturelles et médiatiques Europe, États-Unis, Canada, Russie, Turquie, Asie centrale, Caucase ; minorités allemandes à l'étranger »[9] et du service 606 « Goethe-Institut, Institut de relations étrangères, associations culturelles allemandes et étrangères; Arts, Littérature, Film et projets culturels transrégionaux »[10] réunis autour du délégué pour la politique culturelle extérieure[11] avec 3 autres services[12]. Du côté du délégué du gouvernement fédéral pour la Culture et les Médias, c'est le département « K 3 : médias et film ; international »[13] et notamment le service « K 34 : Coopération culturelle internationale ;

4 En allemand : Auswärtiges Amt
5 En allemand : Beauftragter der Bundesregierung für Kultur und Medien
6 Matthias T. Vogt, *Was ist Kulturpolitik? op. cit.*, p. 2.
7 Auswärtiges Amt, *24. Bericht der Bundesregierung zur Auswärtigen Kultur- und Bildungspolitik*, Berlin, 2020, p. 9.
8 En allemand : Abteilung für Kultur und Kommunikation
9 En allemand : Kultur- und Medienbeziehungen Europa, USA, Kanada, Russland, Türkei, Zentralasien, Kaukasus; deutsche Minderheiten im Ausland
10 En allemand : Goethe-Institut, Institut für Auslandsbeziehungen (ifa), deutsch ausländische Kulturgesellschaften; Künste, Literatur, Film sowie überregionale Kulturprojekte
11 En allemand : Beauftragte für Auswärtige Kulturpolitik
12 Il s'agit des départements suivants: 603 Multilaterale Kulturpolitik (EU, Europarat), UNESCO, Kulturgutschutz, Rückführungsfragen; 609 Kultur-, Bildungs- und Medienbeziehungen Nordafrika und Naher und Mittlerer Osten; 612 Religion und Außenpolitik.
13 En allemand : K 3 – Medien und Film ; internationales

Protocole ; Commissaire européen ; Commissaire pour la coopération franco-allemande »[14] qui concernent cette thèse[15].

En termes de financement, l'Allemagne consacre un budget fédéral de 2,2 Mrd d'€ pour ses politiques culturelles et éducatives à l'étranger (AKPB) en 2020. 1,3 Mrd d'€, soit 59,2% du budget, proviennent de L'Office des Affaires Étrangères, dont 1,07 Mrd d'€ pour le chapitre 0504 « l'entretien des relations culturelles à l'étranger ». Le Délégué du gouvernement fédéral pour la Culture et les Médias participe nettement au financement de l'AKPB avec 372 M€, soit 16,4% du budget. 4 autres ministères participent au financement, ils s'avèrent toutefois moins pertinents à étudier pour cette thèse[16]. Le Goethe-Institut obtient du chapitre 0504 de l'Office des Affaires Étrangères 315 M€ en tout[17].

4.1.1.2. France

Le schéma en France est similaire. Au niveau étatique, les compétences en matière d'action culturelle à l'extérieure – en excluant l'aspect éducationnel – relèvent essentiellement du ministère de l'Europe et des Affaires Étrangères (MEAE). Le ministère de la culture et de la communication participe également à son financement. Au sein du MEAE, la direction générale de la mondialisation, de la culture, de l'enseignement et du développement international regroupe la large palette de la diplomatie d'influence. En ce qui concerne la présente thèse, c'est la direction de la culture, de l'enseignement, de la recherche et du réseau et plus précisément les sous directions « culture et des médias » ainsi que « réseau de coopération et d'action culturelle » qui sont les plus pertinents[18]. Du côté du ministère de la culture et de la communication il existe le service des affaires juridiques et internationales au sein du secrétariat général. Cependant l'action extérieure semble diffusée dans les différentes directions du ministère et non pas réservée à un service en particulier[19].

Le financement de l'action culturelle à l'étranger s'effectue essentiellement au sein du programme 185 « diplomatie culturelle et d'influence » (projet de loi de finances 2021), avec un budget total de 718,1 M€. Toutefois, 417,6 M€, soit 58% de ce budget, concerne l'Agence pour l'enseignement français à l'étranger. La coopération culturelle

---

14 En allemand : Internationale Zusammenarbeit Kultur; Protokoll; Europabeauftragter; Beauftragter für die deutsch-französische Zusammenarbeit

15 Malheureusement, il ne m'a pas été possible d'obtenir un entretien avec ces entités.

16 Il s'agit des ministères suivants : Bundesministeriums für Bildung und Forschung, Bundesministeriums für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung, des Bundesministeriums für Familie, Senioren, Frauen und Jugend und des Bundesministeriums des Innern, für Bau und Heimat.

17 Auswärtiges Amt, *24. Bericht der Bundesregierung zur Auswärtigen Kultur- und Bildungspolitik*. *op. cit.*, p. 9; Deutscher Bundestag, *Bundeshaushaltsplan 2020. Einzeilplan 05*, Berlin, 2020, p. 48

18 Notamment un entretien avec l'ancienne directrice de la culture, de l'enseignement, de la recherche et du réseau.

19 Ministère de la culture et de la communication, *L'action internationale du ministère de la Culture*, Paris, 2020.

et promotion du français représente 67,1 M€ soit à peine 10% du budget[20]. Selon d'autres calculs, 7,27 M€ sont versés aux Alliances Françaises, 2,5 M€ pour « l'animation du réseau », 38,49 M€ aux Instituts français – 17,41 M€ pour ses opérations ainsi que 28,79 M€ pour l'Institut Français à Paris qui sera évoqué plus bas. Il s'agit donc d'un total de 94,47 M€[21], frais de personnel non-inclus[22].

4.1.1.3. Union Européenne

Selon l'article 6 du traité de Lisbonne, l'Union européenne ne dispose que de compétences « d'appui » en matière de culture. Elle n'a pas non plus une politique extérieure comparable à ses États membres, même si un service européen pour l'action extérieure (SEAE) existe. Il est donc difficile de parler d'une action culturelle extérieure de l'Union européenne. Il n'existe pas d'institut européen du même ordre que le Goethe-Institut ou l'Institut Français. Toutefois au sein du SEAE, placé sous l'autorité du Haut représentant de l'Union pour les affaires étrangères et la politique de sécurité, il existe une sous-direction du secrétariat général « Communication stratégique 1 : Politiques de communication et Diplomatie publique » avec quatre « gestionnaires des politiques » pour la diplomatie culturelle[23].

4.1.2. Opérateurs centraux

4.1.2.1. Goethe-Institut Zentrale e.V à Munich

Un des opérateurs centraux de l'Allemagne en matière d'action culturelle à l'étranger, nommés outre-rhin « organisations intermédiaires »[24], est le Goethe-Institut. C'est à la fois l'organisation la plus importante de l'AKPB[25] et la plus pertinente pour cette présente thèse. Le Goethe-Institut a son siège à Munich. Il s'agit d'une association d'intérêt commun (gemeinnützig) de droit allemand (Eingetragener Verein)[26]. Il est donc composé, comme la plupart des associations, d'une assemblée générale (Mitgliederversammlung), d'une présidence (Präsidium), d'un comité exécutif (Vorstand) avec un secrétaire général (Generalsekretär) et un « trésorier » (Kaufmännischer Direktor). L'association est aussi dotée d'une commission pour la médaille Goethe et de nombreux conseils consultatifs (Beirat)[27].

---

20 Rémi Féraud, *Projet de loi de finances pour 2021 : Action extérieure de l'État. Les crédits des programmes 151 et 185*, 2020.

21 *Ibid.*

22 Il s'agit d'un montant de 73,04 répartis entre les différents établissements de la diplomatie d'influence française. *Ibid.*

23 Union Européenne, *EU Who is who. Service européen pour l'action extérieure - Politique de communication et diplomatie publique (SG.STRAT.1)*, Bruxelles, 2021

24 Voir chapitre 1 de la partie théorique

25 Deutscher Bundestag, *Das Goethe-Institut. Institutionelle Strukturen und Einbindung in der Auswärtigen Kulturpolitik der Bundesrepublik Deutschland*, Berlin, 2006, p. 8.

26 Bundestag- Goethe institut. Il ne faut d'ailleurs pas confondre le statut juridique du siège (Zentrale) avec les Goethe-Instituts sur place.

27 Les conseils consultatifs sont les suivants : Arts visuels ; éducation et discours ; film, télévision et radio ; information et bibliothèque ; littérature et promotion de la traduction ; mobilité et migration

Mais le Goethe-Institut n'est pas une association comme les autres : il existe un contrat-cadre (Rahmenvertrag) réalisé en 2004 entre le siège et la république fédérale d'Allemagne, représentée par l'Office des Affaires étrangères, qui détermine les taches (§1), les rapports avec l'Office des Affaires Étrangères par exemple (§2 ; §3 ; §4 ; §9), le financement (§ 5) etc.[28]. En outre, deux membres de la présidence, de l'assemblée générale et certains membres des conseils consultatifs proviennent directement de l'Office des Affaires Étrangères et du ministère des finances – les autres membres proviennent de la société civile[29]. Enfin le Goethe-Institut et l'Office des Affaires étrangères se mettent d'accord tous les 3 ans sur les objectifs à poursuivre dans le cadre de l'action culture de l'Allemagne à l'étranger[30]. Dans le contrat-cadre trois objectifs globaux du Goethe-Institut sont notamment communiqué : 1) promouvoir la connaissance de la langue allemande, 2) favoriser la coopération culturelle internationale, 3) véhiculer une image authentique de l'Allemagne[31].

Le comité exécutif au siège du Goethe-Institut est organisé à la fois en zones géographiques[32] – au nombre de 13– mais aussi en 6 départements thématiques : information, culture, langue, personnel, finance, services centraux, ainsi qu'en 5 départements concernant l'organisation interne : Marketing et ventes, communication, stratégies et évaluation, révision interne, coopération et financement tiers. Les départements thématiques soutiennent le réseau culturel de l'Allemagne à l'étranger en termes de savoir-faire et de connaissances de la scène culturelle allemande.

En termes de financement, il a été mentionné plus haut que l'Office des Affaires Étrangères finance le Goethe-Institut à hauteur de 315 M€ pour l'année 2020. Il ne s'agit pas des uniques ressources de l'organisation. Pour l'année 2019, par exemple, le Goethe-Institut a pu dégager 137,6 M d'€ de revenu, notamment par ses cours de langues à cela s'ajoute 26,6 M d'€ de mécénat ou de financement externe, tandis que le financement par l'Office des Affaires Étrangères s'élevait à 281,2 M d'€. Cela donne un budget total 445,4 M d'€ pour l'année 2019[33]. Cependant, ce budget correspond à l'ensemble des Goethe-Instituts à travers le monde. En ce qui concerne le siège à

; musique ; musiques amateures ; langue ; théâtre et dance et conseil économique. Goethe-Institut e. V. Zentrale, *Jahrbuch 2019/2020. Schwerpunktthema: Europa*, München, 2020, p. 132.

28 Auswärtiges Amt, *Rahmenvertrag zwischen der Bundesrepublik Deutschland [...] und dem Goethe-Institut e. V., München [...]*, Berlin, 2004.

29 Goethe-Institut e. V. Zentrale, *Jahrbuch 2019/2020. op. cit.*, p. 134–136.

30 Voir interview 2.8. en annexes

31 Auswärtiges Amt, *Rahmenvertrag zwischen der Bundesrepublik Deutschland [...] und dem Goethe-Institut e. V., München [...]. op. cit.*, §1.

32 Afrique du Nord/Moyen-Orient ; Allemagne ; Amérique du Nord ; Europe du Nord-Ouest ; Asie de l'Est ; Europe de l'Est/Asie centrale ; Afrique subsaharienne ; Amérique du Sud ; Asie du Sud ; Asie du Sud-Est/Australie/Nouvelle-Zélande ; Europe du Sud-Est ; Europe du Sud-Ouest.

33 Goethe-Institut e. V. Zentrale, *Jahrbuch 2019/2020. op. cit.*, p. 126.

Munich, il a reçu 73,5 M d'€ en 2019 de la part de l'Office des Affaires Étrangères[34], le reste est distribué dans les différentes zones géographiques mentionnées plus haut.

4.1.2.2. Institut français à Paris et Fondation des Alliances françaises

En France, deux opérateurs centraux coexistent : l'Institut Français à Paris et la Fondation des Alliances Françaises.

4.1.2.2.1. Institut Français

L'Institut Français à Paris est un Établissement public à caractère industriel et commercial (EPIC) sous tutelle conjointe du ministre de l'Europe et des Affaires Étrangères et de ministre chargé de la culture. L'institut Français à Paris est créé par loi n°2010-873 du 27 juillet 2010 relative à l'action extérieure de l'État qui est reprécisée par le décret 2010-1695 du 30 décembre 2010 relatif à l'Institut français[35]. Le statut d'EPIC équivaut à une « entreprise publique »[36] soumis au principe de spécialisation dans un secteur d'activité (ici culturel). Leur régime juridique « est souvent complexe du fait de la combinaison d'éléments de droit public et de droit privé »[37]. L'Institut Français de Paris dispose d'une identité visuelle commune avec les Instituts Français dans le monde[38].

L'organisation de l'Institut Français est composée tout d'abord d'un conseil d'administration comprenant, outre son président qui représente l'Institut Français[39], de 29 membres. Sans rentrer dans le détail, l'essentiel des membres proviennent des chambres parlementaires, des instances de l'État et des collectivités territoriales. Seulement cinq personnalités de la société civile – choisies par les ministres des affaires étrangères et de la culture – sont présentes dans le conseil d'administration[40]. Ce dernier règle les affaires courantes de l'institut. Le directeur général délégué est nommé par le conseil administratif, après agrément du ministre des Affaires étrangères et de la culture, il est chargé de l'administration et de la gestion de l'établissement[41]. Enfin, les orientations stratégiques sont établies conjointement par le ministre des Affaires étrangères et de la culture et en coopération avec les collectivités et organismes du domaine culturel. De plus, un conseil d'orientation stratégique est consulté chaque année sur l'élaboration des stratégies d'influences culturelles et les orientations données par l'État à l'Institut Français[42]. Il existe enfin

---

34 Deutscher Bundestag, *Bundeshaushaltsplan 2019. Einzeilplan 05*, Berlin, 2019, p. 48.
35 République française. *L. n°2010-873. op. cit.*; République française, *Décret n°2010-1695 relatif à l'Institut français*, 30 décembre 2010.
36 Conseil d'État, *Fiche 14. Établissements publics industriels et commerciaux*, Paris, 2018, p. 1.
37 *Ibid.*, p. 2.
38 Voir interview en annexes 2.47 [59:386]
39 Art.12. D. n°2010-1697. Le président du conseil d'administration est nommé par décret.
40 Art. 6. D. n°2010-1697.
41 Art.13. D. n°2010-1697.
42 Art. 5. D. n°2010-1697. Le conseil d'orientation est composé de 34 membres. Son président est le ministre des Affaires étrangères et son vice-président est le ministre en charge de la culture. À cela

un commissaire du Gouvernement auprès de l'établissement qui est le directeur en charge de la politique culturelle au ministère des affaires étrangères. Ce dernier exerce un certain contrôle sur l'institut français de Paris : il peut non seulement exiger l'intégralité des documents émis par l'Institut, procédé à des vérifications de l'activité mais aussi déférer certaines de ses missions concernant l'appui au réseau culturel français à l'étranger[43].

Les départements de l'Institut français, sous la direction du directeur général, sont répartis de la manière suivante : Cinéma ; Développement et coopération artistique (DDCA) ; Langue Française, livre et savoir ; développement et partenariats ; Communication et mécénat ; Numérique ; Coordination avec le réseau[44]. D'autres département aborde plutôt l'organisation interne de l'institut : secrétariat général, relations humaines, Affaires administratives et financières, Agence comptable[45]. Particulièrement intéressant pour cette thèse les pôles du DDCA « artistes et professionnels », concernant l'export et la diffusion, « institutions et ingénierie » qui pilote les représentations nationales à l'international, et surtout la mission transversale « appui artistique au réseau » qui offre des ressources et une expertise au réseau culturel français à l'étranger. Le département de la Langue Française du livre et du savoir présente aussi certains pôles pertinents pour la thèse, notamment les pôles « livre et médiathèque » et « idées et savoirs ».

Le contrat d'objectifs et de moyens de l'Institut français sur la période 2017-2019 identifie quatre grands objectifs : 1) développer l'influence et l'attractivité de la France par sa culture et sa langue. 2) animer le dialogue et favoriser les échanges avec les cultures étrangères en France, en Europe et dans le monde. 3) Renforcer la mission d'appui au réseau à l'étranger. 4) Consolider les capacités de pilotage de l'Institut français[46]. Les deux derniers objectifs concernent plutôt l'organisation interne de l'Institut.

En termes de financement il a été vu plus haut que le programme 185 réservé au ministère de l'Europe et des Affaires Étrangères prévoit 28,79 M d'€ pour l'Institut Français à Paris en 2021. Ce ne sont là aussi pas les seules ressources de l'établissement. L'institut Français à Paris est aussi rattaché au programme 224 « Transmission des savoirs et démocratisation de la culture » du Ministère de la

s'ajoute des membres des chambres parlementaires (4), des représentants de l'État (13) et des collectivités territoriales (2), des membres du réseau culturel de la France à l'étranger et de ses opérateurs (9) et des représentants du secteur culturel et scientifique (5), désignés par les ministères en charge.

43 Art. 14. D. n°2010-1697.

44 Le pôle réseau constitue l'interface avec MEAE et MCC et assure la coordination géographique de l'action culturelle en fonction des modalités d'intervention de l'IF et des priorités des Postes.

45 Institut français, *Organigramme*, 2021.

46 Institut français, *Contrat d'objectifs et de moyens. 2017-2019*, Paris, 2017.

culture et de la communication (MCC). En 2019, le programme 185 du MEAE fournissait 30,8 M d'€ à l'Institut Français tandis que le MCC donnait 2,3 M d'€[47], enfin les recettes propres de l'institut équivalait à 6,3 d'€ M et provenait du mécénat (4,1 M d'€), des collectivités territoriales (1,3 M d'€), d'autres financements publics et diverses sources (0,9 M d'€)[48]. L'établissement employait 141 « équivalent temps plein travaillé »[49].

4.1.2.2.2. Fondation des Alliances Françaises

L'autre opérateur central, qui coordonne le réseau des Alliances Françaises à travers le monde (voir plus bas), est la fondation des Alliances Française dont le siège est à Paris. C'est elle qui, entre autres, assure l'octroi et le retrait du label Alliance Française. Parmi ses trois objectifs principaux il s'agit 1) de développer dans le monde l'enseignement et l'usage de la langue française, 2) de contribuer à accroitre l'influence intellectuelle et morale de la France et l'intérêt pour toutes les cultures francophones, 3) De favoriser les échanges entre cultures et de contribuer en général à l'épanouissement de la diversité culturelle[50].

Tout récemment, début 2020, la fondation des alliances françaises a changé de nom (elle se nommait auparavant fondation alliance française) et de statuts. Il s'agit d'une fondation reconnue d'utilité publique. Cette dernière est composée d'un conseil d'administration, divisée en quatre collèges (des fondateurs ; des partenaires institutionnels ; des personnalités qualifiées ; des Alliances Françaises), qui règlent les affaires de la fondation, nomme le président. De plus deux commissaires du gouvernement, provenant du ministère de l'intérieur et du ministère de l'Europe et des affaires étrangères, siège au conseil d'administration parmi les 16 autres membres, outre le président[51]. L'action de la fondation est organisée autour de six zones géographiques réparties entre trois délégué Afrique et Océan Indien, Asie et Océanie ; Amérique du Nord, Asie centrale et Europe ; Amérique latine et Caraïbes, Afrique du Nord et Moyen-Orient[52].

En termes de financement, la fondation des Alliances Français a reçu 1,3 M d'€ de l'État via le programme 185, de plus le mécénat lui permis une rente de 0,7 M d'€. La fondation employait alors 9 équivalents temps plein travaillé[53].

Il existe un rapprochement entre la Fondation des Alliances Française avec l'Institut Français, notamment par la Convention tripartite signé en 2019. Cette dernière permet

47 Joël Giraud, *Rapport fait au nom de la commission des finances, de l'économie générale et du contrôle budgétaire sur le projet de loi de finances pour 2019 (n°1255)*, 2018, p. 48.
48 Institut français, *Rapport d'activité 2019*, Paris, 2019, p. 90.
49 *Ibid.*
50 Fondation Alliance Française, *Statuts*, Paris, 2007, Art. 1.
51 Fondation des Alliances Françaises, *Rapport d'activité 2019*, Paris, 2019, p. 12–13.
52 *Ibid.*, p. 54–55.
53 Fondation des Alliances Françaises. *op. cit.*, p. 15–16.

d'aller dans le sens d'une coopération plus étroite entre les deux opérateurs centraux, notamment en termes d'appui du réseau et de communication. Elle en place un comité de pilotage annuel[54].

4.1.2.3. Fond culturel franco-allemand et instituts culturels franco-allemands

Deux initiatives franco-allemandes en matière d'action culturelle extérieure méritent d'être évoqué brièvement ici :

Le Fond culturel franco-allemand a été créé en 2003, à l'occasion des 40 ans du traité de l'Élysée. Il s'agit d'une aide financière aux projets culturels organisés conjointement par les Goethe-Instituts et les Instituts français dans le monde notamment. Il dispose d'un montant global de 500.000 € pour l'année 2022, financé et géré par la Direction générale de la culture l'Office des Affaires étrangères, division 601, avec le Goethe-Institut et par l'Institut français (Département Développement et Partenariats, Pôle Europe), en collaboration avec le ministère de l'Europe et des Affaires étrangères / Direction générale de la mondialisation (DGM/DCERR) et Direction de l'Union européenne (DUE/AAA)[55].

Les instituts culturels intégrés franco-allemands sont nées du traité d'Aix-la-Chapelle en 2018, 55 ans après le traité de l'Élysée[56]. Dans la pratique, il existait déjà un centre culture franco-allemand à Ramallah depuis 2004[57]. Le principe est de réunir le Goethe-Institut et l'institut Français dans un seul lieu (principe de colocalisation), mais aussi de mutualiser certains couts et fonctions (principe d'intégration). Ceci permet notamment de faciliter l'organiser de projets culturels en commun. La réussite de centre culturel à Ramallah a amené l'Allemagne et la France à implanter 4 autres instituts culturels intégrés : à Rio, à Palerme, à Erbil et à Bichkek. Ces projets sont en cours de réalisation[58].

4.1.2.4. EUNIC à Bruxelles

Le réseau EUNIC (European Union National Institutes for Culture) a pour but d'encourager les partenariats entre les différents instituts culturels nationaux à l'étranger, via ses *clusters*[59] dans plusieurs villes du monde. L'opérateur central se

54 Fondation Alliance Française; Institut français; Ministère de l'Europe et des Affaires Étrangères, *Convention tripartite de partenariat*, 2 octobre 2019.
55 Fonds culturel franco-allemand, *Fonds culturel franco-allemand Appel à projets. Édition 2022*, Paris, Berlin, 2021.
56 République française; République fédérale allemande, *Traité d'Aix-la-Chapelle sur la coopération et l'intégration franco-allemandes*, 22 janvier 2019, Art. 9.
57 Centre Culturel Franco-Allemand | FGCC, *Qui sommes nous ?*, 28.10.2021.
58 Ministère de l'Europe et des Affaires Étrangères, *Traité d'Aix-la-Chapelle sur la coopération et l'intégration franco-allemandes*, 28.10.2021.
59 De l'anglais *Groupements*

trouve à Bruxelles. Il s'agit d'une association internationale à but non-lucratif de droit belge[60].

Il est constitué d'une assemblée générale qui regroupe les différents opérateurs centraux au niveau national : côté allemand, le siège du Goethe-Institut et l'ifa (Institut für Auslandsbeziehungen) y sont présents. Du côté français il s'agit de la Fondation des Alliances Françaises, du ministre de l'Europe et des Affaires Étrangères et de l'Institut français de Paris[61]. Le président change tous les ans et provient d'un des opérateurs centraux des différents État-membres de l'Union Européenne. Le conseil d'administration composé de six membres élus pour deux ans par l'assemblée générale, il désigne ensuite un directeur général en charge du bureau à Bruxelles. Ce dernier est composé de 8 membres qui soutiennent le réseautage partout dans le monde. Il gère entre autres la formation de cluster, le partenariat « Northern Dimension Partnership on Culture (NDPC) »[62] et les Espaces de culture européenne (European Spaces of Culture)[63]. Le réseau EUNIC et le service européen pour l'action extérieure ont également adopté une déclaration conjointe le 11 juin 2021 afin de rapprocher les deux structures[64].

L'opérateur central EUNIC à Bruxelles est financé proportionnellement par ses membres, il est aussi soutenu par le programme Europe Créative[65]. De plus, il dispose d'un fond (Cluster Fund) dont les contributions sont apportées par les membres de manière volontaire. En 2020, 20 membres ont contribué au fond pour un total de 320 000 euros[66].

4.1.3. Ambassades et instituts culturels en Russie

Pris dans son sens le plus large, le réseau culturel d'un pays à l'étranger est formé d'une multitude d'acteurs :

> « Des artistes, des agents d'artistes, des ingénieurs de festivals ou d'évènements culturels, des professeurs, des opérateurs, des musées et des institutions culturelles, des universités, et bien d'autres, publics, associatifs ou privés »[67]

---

60 EUNIC is registered as an international non-profit association (AISBL) under Belgian law (VAT BE 0473.098.365). https://www.eunicglobal.eu/about

61 EU National Institutes for Culture - EUNIC, *About*, 28.10.2021.

62 Northern Dimension Partnership on Culture, *About us*, 28.10.2021.

63 Le projet des espaces de culture européenne (European Spaces of Culture), appelé autrefois maisons de la culture européennes (European 'Houses' of Culture), s'apparente à des appels à projets entre instituts culturels européens. Le montant est de 500.000 €. EU National Institutes for Culture - EUNIC, *About. op. cit.*

64 EU National Institutes for Culture - EUNIC; European External Action Service, *Joint Statement between EUNIC and the European External Action Service*, 11th June 2021.

65 EU National Institutes for Culture - EUNIC, *About. op. cit.* Le montant n'est malheureusement pas précisé.

66 *Ibid.*

67 Frédéric Petit, *Action extérieure de l'état. Diplomatie culturelle et d'influence – francophonie*, 12 octobre 2018, p. 13.

Ce qui est abordé ici relève plutôt du dispositif institutionnel cherchant à étendre et à consolider ce réseau culturel[68].

4.1.3.1. Réseau culturel allemand en Russie

En Russie, l'Allemagne compte de nombreux acteurs parmi son dispositif accompagnant son action culturel à l'étranger. Il n'est pas question ici d'aborder toutes les institutions qui le compose. Nous excluons notamment les acteurs dans le secteur éducatif et scientifique (comme le DAAD) ou communicationnel (la Deutsche Welle par exemple) qui sont bien souvent inclus dans la diplomatie culturelle de l'Allemagne[69]. Il semble ici important de parler de trois acteurs : tout d'abord le corps diplomatique avec les ambassades et les consulats, les Goethe-instituts ainsi que leurs partenaires de coopération et enfin les maisons germano-russes.

4.1.3.1.1. Ambassade et consulats

La République fédérale de l'Allemagne exerce une représentation diplomatique officielle en Russie via son ambassade, qui se situe à Moscou, et ses consulats à Ekaterinbourg, Kaliningrad, Novossibirsk et Saint-Pétersbourg. Ces derniers ont un budget culture qui leur permettent d'organiser ou de financer des évènements ou des projets culturels. Ce dernier reste cependant relativement restreint[70].

Le département culturel de l'ambassade est en contact permanant avec les différentes organisations intermédiaires de l'action culturelle allemande en Russie (par exemple le Goethe-Institut). Un autre instrument qu'il possède est celui des années thématiques germano-russes : pendant l'année universitaire a eu lieu l'année de l'Allemagne en Russie. Il existe aussi les journées allemandes dans les régions (Deutsche Tage in den russischen Regionen). Un autre thème important est celui des minorités allemandes en Russie[71].

4.1.3.1.2. Goethe-Instituts : Siège régionale à Moscou

Comme nous l'avons mentionné plus haut, le réseau des Goethe-Instituts est réparti en 12 zones géographiques. Celle dont fait partie la Russie se nomme « Europe de l'est/ Asie centrale », le siège se situe à Moscou. Cette zone couvre les pays de l'ex-URSS à l'exception des pays baltes et de la Moldavie[72]. Ainsi le Goethe-Institut à Moscou a cette double fonction de s'occuper des affaires culturelles de la capitale – voire du pays – ainsi que de coordonner les projets culturels de la zone géographique « Europe de l'est/

---

68 Daniel Haize, *L'action culturelle et de coopération de la France à l'étranger*. *op. cit.*
69 Voir I.3.5
70 Voir interview 2.40 [16215:16415].
71 Voir interview 2.3
72 Goethe-Institut Russland, *Länder der Region*, 29.10.2021

Asie centrale ». Ceci représente 2 060 évènements culturels au cours de l'année universitaire 2019/2020[73].

4.1.3.1.3. Goethe-Instituts : Moscou, Saint-Pétersbourg et Novossibirsk

Il existe ainsi huit Goethe-Instituts dans la région « Europe de l'est/ Asie centrale », dont trois en Russie qui se situent respectivement à Moscou, à Saint-Pétersbourg et à Novossibirsk. Le statut juridique des Goethe-instituts en Russie s'appuie sur des conventions culturelles entre les deux pays. Ils sont rattachés techniquement aux ambassades ou aux consulats : à Saint Pétersbourg il s'agit d'un détachement du consulat général et de son service culturel[74]. Dans la pratique les Goethe-instituts en Russie sont essentiellement indépendants. Ils sont cependant tenus de coordonner leurs actions et leurs programmes avec l'ambassade et les consulats[75].

Le Goethe-Institut de Moscou est de loin le plus important de la région et du pays. Son personnel représente plus de 150 personnes en 2021, dont 57 enseignants. 11 personnes sont employées au sein du département pour la programmation culturelle. Le Goethe-Institut emploie aussi du personnel pour des projets temporaire. Ainsi 9 personnes gèrent l'année de l'Allemagne en Russie pour l'année 2020/2021. 6 autres employés s'occupent du projet européen « The Earth is flat – How to read Media »[76]. À Moscou comme à Saint-Pétersbourg ou à Novossibirsk, la plupart des employés sont russes. Une particularité du Goethe-Institut de Moscou est de se situer dans l'ancienne ambassade de la RDA au quartier Obručevskij, relativement loin du centre. L'institut comporte un jardin, une médiathèque, une cafétéria et une salle de projection en plus des nombreuses salles de cours et des bureaux. Il ne dispose pas de salle de représentation. La plupart des évènements se déroule chez différents partenaires culturels en centre-ville.

Le Goethe-Institut de Saint-Pétersbourg est situé sur la Neva, au cœur de la ville. Il est composé d'une médiathèque, nommée « Selbstlernzentrum » (centre d'autoapprentissage), au rez-de-chaussée[77]. Les cours et les bureaux se situent au dernier étage (7ème) du bâtiment, qui est partagé avec d'autres bureaux. En termes de personnel, l'institut est trois moins grand que celui de Moscou : en 2021, il y a 46 employés dont 23 enseignants. Le département de la programmation culturelle est occupé par 4 personnes en plus du directeur, qui gère aussi les affaires culturelles[78].

---

73 Goethe-Institut e. V. Zentrale, *Jahrbuch 2019/2020. op. cit.*, p. 111
74 Goethe-Institut Russland, *Über uns - St. Petersburg*, 29.10.2021.
75 Wolfgang Schneider; Anna Kaitinnis, *Kulturarbeit in Transformationsprozessen. Innenansichten zur "Aussenpolitik" des Goethe-Instituts*, Springer VS, Wiesbaden 2016, p. 87.
76 Goethe-Institut Russland, *Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter - Moskau*, 29.10.2021.
77 La description de la médiathèque se trouve dans les annexes 3.61.2.
78 Goethe-Institut Russland, *Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter - St. Petersburg*, 29.10.2021.

À Novossibirsk, le personnel de l'institut est composé de 31 employés, dont 15 enseignants pour l'année 2021. À la programmation culturelle 5 personnes sont employées, dont une en congé maternité[79]. Comme à Saint-Pétersbourg, le directeur participe aussi à la programmation culturelle. Le Goethe-institut se situe non loin de la place Lénine – la place centrale de la ville. Les salles de cours et la programmation culturelle, avec une petite salle d'exposition, sont dans deux bâtiments séparés. Contrairement aux autres instituts, il n'y pas de vraiment de salle de lecture : cette dernière se trouve dans la bibliothèque principale de la ville et de l'oblast.

Tableau 5 comparaison des Goethe-Instituts en Russie en 2013 [80]

Goethe-Institut	Personnes atteintes	Évènements culturels	… avec multiplicateurs[81]
Moscou	355.485	161	88
Saint-Pétersbourg	208.491	75	21
Novossibirsk	28.361	26	12

4.1.3.1.4. Partenaires du Goethe-Institut en Russie

En plus des trois centres, le Goethe-Institut compte de nombreux partenaires de coopération en Russie. Ce que l'établissement entend par « partenaires de coopération » (Kooperationspartner), ce sont des structures commerciales ou associatives avec lesquelles il existe un engagement durable et réciproque, le plus souvent sous forme contractuel. Les partenaires poursuivent les mêmes buts que le Goethe-Institut et ce dernier apporte son aide, soit de manière financière, soit par la remise d'un label ou par la formation du personnel. Il s'agit aussi de partenaires sur lesquels le Goethe-Institut peut compter pour la mise en place d'évènement culturel en dehors de sa ville de rattachement. Là aussi il existe une cohérence géographique : le Goethe-Institut de Novossibirsk gèrent les partenaires en Sibérie, celui de Saint-Pétersbourg s'occupe du nord-ouest et celui de Moscou du centre et du sud-Ouest de la Russie[82]. Il ne faut pas les « partenaires de coopération » avec ce que nous désignions par « partenaires culturels » qui sont des partenariats plus spontanés, moins structurés et avec des établissements indépendants qui ne poursuivent pas les mêmes buts que les instituts culturels de l'Allemagne et de la France en Russie.

79 Goethe-Institut Russland, *Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter - Nowosibirsk*, 29.10.2021.
80 Goethe-Institut e. V. Zentrale, *Jahrbuch 2012/2013*, München, 2013, p. 130. À partir de 2014 le Goethe-Institut ne propose plus ce genre de rapport détaillé.
81 Il s'agit de projets culturels réalisés avec des « mulitiplicateurs » (voir I.1.3.2. pour la définition)
82 Pour plus de détails sur les partenaires de coopération des Goethe-Instituts en Russie voir : Goethe-Institut Russland, *Kooperationspartner*, 29.10.2021.

Parmi les partenaires de coopération, le Goethe-Institut apporte son aide financière et organisationnelle à 4 sociétés culturelles (Kulturgesellschaften), dont une à Nijni-Novgorod [83]. Ces dernières sont spécialisées dans les évènements culturels et développent leur programmation culturelle de manière indépendante.

Les Goethe-Instituts peuvent aussi compter sur 8 points de contact culturel (Kulturkontaktstellen) – dont le centre culturel germano-russe à Kaliningrad fait partie[84]. Il s'agit d'établissements sur lesquels le Goethe-Institut peut s'appuyer pour réaliser des évènements culturels dans différentes villes de la Fédération de Russie.

Il existe aussi un réseau de 22 centres d'apprentissage de la langue allemande (Sprachlernszentren). Ces derniers respectent non seulement les standards d'éducation du Goethe-Institut, ils peuvent aussi servir de support à la réalisation d'évènements culturels sur place. À ce niveau, il semble important d'insister sur le Humboldt-Zentrum à Irkoutsk qui est analysé en détail dans les prochains sous-chapitres. Il s'agit d'une organisation autonome à but non lucratif en droit russe[85]. Aussi contradictoire que cela puisse paraitre, ce genre d'organisation ne fait pas partie des organismes à but non lucratif et peut avoir une activité entrepreneuriale dans des secteurs particuliers, par exemple éducatif ou culturel[86]. Le Humboldt-Zentrum à Irkoutsk est donc une organisation commerciale. Elle se compose d'une équipe pédagogique de 9 personnes spécialisées dans l'enseignement de la langue allemande et anglaise. Le centre dispose d'un bâtiment situé au cœur de la ville et uniquement réservé ses activités. Bien qu'il soit spécialisé dans l'apprentissage des langues, le Humboldt-Zentrum propose aussi quelques manifestations culturelles.

Le Goethe-Institut entretient 16 salles de lecture (Lesesälen) dans des bibliothèques locales où il est possible de trouver des informations sur l'Allemagne et emprunter des documents imprimés, audio et vidéo. Enfin, il existe 34 centres d'examens (Prüfungszentren) en Fédération de Russie. Ces derniers sont en revanche moins pertinent pour la présente thèse.

4.1.3.1.5. Maisons germano-russes

Les Allemands ont un lien particulier avec la Russie, puisque certains d'entre eux à partir de la fin du XVIIIème siècle sont venus s'installés sur le territoire de l'empire russe, notamment en nouvelle Russie (au Sud de l'actuelle Ukraine) et autour de la Volga. Pendant la seconde guerre mondiale beaucoup d'entre eux ont été déportés en Sibérie – sans pouvoir l'atteindre pour certains. Peu sont revenus là où ils vivaient

---

[83] Une interview avec son directeur est disponible en annexe 2.27.

[84] Une interview avec la directrice de programmation du « centre culturel et d'affaires des Allemands de Russie à Kaliningrad » est disponible en annexe 2.5.

[85] Российская Федерация, *Федеральный закон от N 7-ФЗ "О некоммерческих организациях"*, 12.01.1996, Статья 10. Автономная некоммерческая организация.

[86] *Ibid.*, 1. et 2.

avant la guerre. Après la chute du mur de Berlin, la république fédérale d'Allemagne a ouvert ses portes aux Allemands de Russie. Environ 2 millions de personnes ont émigré. Il reste toutefois des Allemands en Russie et l'Allemagne les soutient. Le but des maisons germano-russes, comme à Novossibirsk[87], est notamment d'entretenir cette communauté. Elles sont financées par l'Allemagne et la Russie.

4.1.3.2. Réseau culturel français en Russie

La France possède un important réseau culturel en Russie. Le schéma organisationnel diffère de celui de l'Allemagne et est plus centré sur l'ambassade, notamment le service de coopération et d'action culturel (SCAC) couplé avec l'Institut Français de Russie (IFR). Ce dernier possède deux antennes, une à Moscou et l'autre à Saint-Pétersbourg. Ces installations s'appuient également sur des conventions culturelles entre la France et la Russie notamment celle du 6 février 1992[88]. Bien qu'il existe multiples opérateurs et établissements partenaires, notamment dans le domaine éducationnel et scientifique, nous nous penchons avant tout sur l'Institut Français, les Alliances Françaises et brièvement sur le dialogue de trianon en ce qui concerne le réseau culturel de la France en Russie.

4.1.3.2.1. Ambassade et consulats

Outre dans la capitale, la France a des représentations diplomatiques dans les villes de Saint-Pétersbourg et Ekaterinbourg. Ces deux dernières sont des consulats généraux dont la mission principale est l'administration et de la protection de la communauté française. Ils ne participent pas à priori à l'action culturelle de la France à l'étranger. Il existe bien une association des amis de la France à Ekaterinbourg en lien avec le consulat[89] mais son champ d'action reste plus limité qu'une Alliance Française.

En diplomatie française, l'artisan principal de l'action culturelle reste l'ambassade. Une particularité de la France est la fusion de ses services culturels au sein des ambassades avec les instituts français sur place (contrairement à l'Allemagne, dont les départements culturels et les Goethe-instituts agissent de manière indépendante les uns vis-à-vis des autres). Les « SCAC-IF » – comme ils sont nommés – sont les instances qui « pilotent » le réseau culturel en lien avec le poste diplomatique[90].

---

87 Une interview avec notamment la directrice de programmation de la maison germano-russe à Novossibirsk est disponible en annexe 2.41.

88 République française; Fédération de Russie, *Accord de coopération culturelle entre le gouvernement de la République française et le gouvernement de la fédération de Russie*, 6 février 1992.

89 La France en Russie - Consulat général de France à Ekaterinbourg, *Les Amis de la France*, 02.11.2021.

90 Dans le jargon diplomatique on parle de « postes » (diplomatiques) : un poste équivaut à un pays dans lequel la France à une représentation.

Les alliances françaises, les antennes de l'IFR et le SCAC-IFR se réunissent tous les ans lors du Conseil d'Orientation Stratégique présidé par l'ambassadeur.

4.1.3.2.2. SCAC-IFR

Ainsi le Conseiller de coopération et d'action culturelle (COCAC) au SCAC de l'ambassade de France en Russie est aussi le directeur de l'IFR. Cette « double casquette » est aussi portée par le COCAC adjoint qui est en plus attaché culturel et directeur délégué de l'IFR. Enfin, il existe au sein de la direction du SCAC-IFR un directeur adjoint qui est lui-même directeur de l'antenne de Saint-Pétersbourg.

En termes de programmation culturelle, le SCAC-IFR dispose d'un département « création » avec 6 attachés ou chargés de projet[91]. Ces derniers sont répartis en trois pôles selon les disciplines artistiques :

I. Arts visuels, arts de la scène
    1. Musique classique, jazz, contemporaine/arts plastiques
    2. Danse/théâtre
II. Audiovisuel
    3. Audiovisuel régional Russie / Kazakhstan
    4. Cinéma/télévision
III. Secteur du Livre et de l'Écrit
    5. Coopération pour le Livre et l'Écrit
    6. Projets divers

À cela peut-on rajouter les 2 attachés de communication, partenariats et grands évènements du département « communication, mécénat, animation et projets spéciaux ». Les deux autres départements « langue française & éducation » et « coopération universitaire et mobilité étudiante » emploient respectivement 8 et 7 personnes, sans compter les nombreux enseignants[92].

Toutefois, l'IFR reste un établissement à autonomie financière (EAF), dont les comptes et les budgets sont séparés de ceux de l'ambassade. Les crédits accordés pour ce dernier étaient de plus de 2M€ en 2016[93]. Cela correspond à la 9ème enveloppe-pays la plus importante. L'Institut Français de Russie présente cependant un

---

91 Institut Francais de Russie, *Contacts*, 15.07.2021.
92 Son nombre n'est pas précisé sur le site
93 Faute de dates plus récentes : Daniel Haize, *Les moyens de la diplomatie culturelle. Ou comment se tirer une balle dans le pied*, 2017

autofinancement[94] faible, inférieur à 60%[95]. Environ 300 évènements culturels ont été annoncés sur le site de l'institut en 2019[96].

4.1.3.2.3.Antennes de l'Institut Français de Russie

Le SCAC-IFR a des « antennes » à Moscou et à Saint-Pétersbourg. Ce qui est entendu par « antenne » ici, c'est le lieu physique où sont logés les instituts français. À Moscou, l'antenne se trouve certes relativement loin de l'ambassade, mais à l'avantage d'être située non loin du centre-ville. L'institut dispose d'un bâtiment qui lui est réservé avec des salles de cours, une salle multifonction et une médiathèque qui fait aussi office de cafétéria. Les bureaux du SCAC-IFR quant à eux se situent à la fois à l'ambassade et à l'antenne. La direction doit notamment faire des va-et-vient entre les deux lieux. La médiathèque de l'antenne de Moscou, tout comme celles des Goethe-Instituts et de l'antenne de l'Institut Français à Saint-Pétersbourg, est un lieu ouvert : on y entre sans laissez-passer[97]. Ce n'est pas le cas dans la plupart des bibliothèques du pays ou dans certains autres instituts culturels de l'Allemagne et de la France en Russie.

L'antenne de l'Institut Français à Saint-Pétersbourg (et région Nord-ouest de la Russie) se trouve sur la perspective Nevski non loin du palais d'hivers. La médiathèque-cafétéria[98] de l'institut se situe au troisième étage du bâtiment tandis que les bureaux et les salles de cours se trouvent au dernier étage. Les autres étages sont occupés par des magasins ou des bureaux d'autres établissements. En plus du directeur (qui est aussi le directeur adjoint de l'Institut Français de Russie) et de son assistant, 5 employés sont responsables dans différents domaines : cours, médiathèque, Campus France, coopération linguistique et éducative, communication[99]. Il n'existe toutefois pas de responsable spécifique pour la programmation culturelle.

4.1.3.2.4.Alliances Françaises

Les Alliances Françaises peuvent être considérées comme des antennes de l'institut français de Russie en Région – du moins c'est ce que laisse suggérer le site internet de l'institut[100]. Dans le jargon de la diplomatie culturelle de la France on parle de « double composante » du réseau culturel pour désigner les instituts français et les alliances françaises[101]. Si cela peut être le cas dans d'autres pays, les deux entités ne se font pas concurrence en Russie : les antennes de l'IFR sont situées dans les capitales de la

---

94 L'autofinancement comprend les recettes propres de l'institut obtenues par les cours, les billets des évènements cultures ou des dons.

95 Assemblée nationale, *Avis de M. François Loncle sur le projet de loi de finances pour 2016 (n°3096). Tome II : Action Extérieure de l'État. Diplomatie culturelle et d'influence*, 2015.

96 Institut Francais de Russie, *Agenda 2019*, 02.11.2021.

97 En russe : « пропуск »

98 La description de la médiathèque se trouve dans les annexes 3.61.1.

99 Institut Francais de Russie, *Contacts*. *op. cit*.

100 Institut Francais de Russie, *Alliances françaises*, 05.04.2021.

101 Voir interviews 2.47 [59:386]

Russie – l'une administrative, l'autre culturel – les Alliances françaises sont au nombre de 13 et dispersées sur tout le reste du territoire du pays[102].

En réalité les Alliances Françaises en Russie sont des associations de droit russe avec une certaine autonomie financière[103]. Elles reçoivent certes des financements du SCAC-IFR, un soutien organisationnel et une expertise artistique pour certains de leurs projets culturels, les Alliances agissent toutefois de manière plus autonome qu'une antenne de l'institut français. Elles sont en très grande partie financées par les cours. Elles sont tenues de respecter les statuts requis par la Fondation des Alliances Françaises.

Une alliance française en Russie est toujours composée d'un conseil d'administration avec des membres locaux et un président choisi par l'assemblée générale ainsi que d'une direction, dont le directeur est soit français, soit russe. Lorsque ce dernier est russe il peut être accompagné d'un Volontaire International en Administration (VIA) de nationalité française (ou éventuellement de l'espace économique européen)[104]. Selon la taille de l'alliance il peut y avoir un poste destiné à la programmation culturelle. En règle générale les personnes employées sont polyvalentes et touchent à tout : elles peuvent cumuler les fonctions d'enseignant, d'administrateur et de programmateur culturel.

Parmi les deux Alliances Françaises focalisées pour cette thèse, celle d'Irkoutsk est plutôt de petite taille. Sa direction est composée de trois personnes : un directeur, un administrateur et un comptable. Son équipe pédagogique comprend 5 enseignants dont un exécute aussi certaines fonctions administratives. Il arrive souvent qu'un stagiaire français vienne en renfort pour gérer certains cours et animer des évènements culturels. L'Alliance Français se situe en plein centre-ville dans un bâtiment qu'elle partage avec d'autres organisations. L'entrée au bâtiment se fait avec un laissez-passer. L'alliance dispose de deux salles de cours et d'une salle multifonction qui sert aussi de bureau pour la direction. On y trouve aussi des étagères de livres en langue française dans cette salle.

L'Alliance française de Novossibirsk se situe sur la rue principale de la ville, au dernier étage du bâtiment qu'elle occupe. L'alliance est plus grande que celle

---

[102] Ekaterinbourg, Irkoutsk, Kazan, Nijni-Novgorod, Novossibirsk, Perm, Rostov-sur-le-Don, Samara, Saratov, Togliatti, Vladivostok, Oufa, Oulianovsk (la plus récente).

[103] En Russie les alliances françaises sont des associations régionales d'utilité publique culturelle et éducative (культурно-просветительская некоммерческая общественная организация) régie par les lois portant sur les organisations à but non lucratif (О некоммерческих организациях), les associations publiques (Об Общественноых объединениях), l'éducation en fédération de Russie (Об образовании в Российской Федерации) ainsi que le code civil, la constitution russe et les normes internationales. Les alliances doivent être transparentes vis-à-vis du droit russe, notamment en matière de finances.

[104] Voir interview en annexes 2.19 [12171:12450].

d'Irkoutsk : elle dispose elle aussi d'une salle multifonction qui sert de bureaux, de médiathèque et de salle de conférence. Le cabinet du directeur se trouve toutefois dans une autre pièce. L'alliance dispose de cinq salles de cours (dont une avec un tableau interactif) pour environ 400 étudiants par an[105]. La direction se compose d'un VIA, de responsables programmation culturel, Campus France Sibérie, cours, accueil et d'un comptable. La directrice de l'Alliance Française évoque le nombre de 14 enseignants[106]. Le Conseil d'Administration est composé de huit membres, dont le président. Ce dernier est élu quant à lui par l'Assemblée générale.

4.1.3.2.5. Dialogue de Trianon

Le dialogue de Trianon est une initiative du Président français Emmanuel Macron et du président russe Vladimir Poutine lors de leur rencontre à Versailles le 29 mai 2017. Le but de cette initiative est de favoriser les échanges entre les sociétés civiles française et russe dans de nombreux domaines : la culture, les sciences, l'éducation, l'entreprenariat, les arts, la recherche etc... Les outils du dialogue sont divers : « Lab, appels à projets, rencontre entre jeunes pousses et grandes entreprises, séminaires de travail, labellisation, conférence, table ronde, concours » basés sur différentes thématiques chaque année[107]. Le conseil de coordination du dialogue est composé de personnalités françaises et russes dans les secteurs culturels, économiques, politiques et universitaires[108]. La structure est portée par l'Institut français de Paris côté français et l'Institut d'État des relations internationales de Moscou côté russe.

4.1.3.3. Réseau EUNIC en Russie

Comme il a été évoqué plus haut, le Réseau EUNIC est un groupement (cluster) d'instituts culturels des membres de l'Union Européenne et/ou d'attachés culturels au sein des ambassades ou consulats. Le groupement de Moscou est composé de 11 membres[109]. La présidence est tenue par français un institut/attaché-membre. Elle tourne régulièrement. Le but des réunions du groupement EUNIC qui se tiennent environ tous les deux ou trois mois est d'échanger et de monter des projets culturels en commun. Le groupement EUNIC de Saint-Pétersbourg est composé de 13 membres[110]. Sa présidence est tenue par le Goethe-Institut à l'heure actuelle. La délégation de l'union européenne en Russie – qui représente l'UE dans le pays – échange étroitement

---

105 Voir la vidéo : Alliance française de Novossibirsk, *Наша команда*, 03.11.2021.
106 *Ibid.*
107 Dialogue de Trianon, *A propos*, 18.12.2020.
108 Dialogue de Trianon, *Les membres du Conseil de coordination*, 18.12.2020.
109 Austrian Cultural Forum; Bulgarian Cultural Institute; Czech Centre; Danish Cultural Institute; Embassy of Lithuania; Embassy of The Netherlands; Finnish Cultural and Academic Institute; Goethe-Institut; Hungarian Cultural Centre; Institut français; Istituto Italiano di Cultura.
110 Consulate General of Czech Republic; Consulate General of Estonia; Consulate General of Hungary; Consulate General of Greece; Consulate General of Latvia; Consulate General of Sweden; Danish Cultural Institute; Finnish Cultural and Academic Institute; Goethe-Institut ; Institut français ; Istituto Italiano di Cultura; Polish Institute; Wallonia-Brussels International

avec le groupement EUNIC. Elle participe aux réunions, échange des informations sur les possibilités de financement par l'UE et propose des projets.

4.1.4. Interprétations

À l'échelon étatique le fonctionnement institutionnel de l'Allemagne et de la France présente des similarités : les Ministères des Affaires Étrangères des pays respectifs sont les principaux acteurs de la diplomatie culturelle. Ils disposent d'un léger soutien du Ministère (ou presque ministère) de la culture. Côté allemand, le département « culture et communication » semble avoir une action plus spécifiée que la direction générale de la mondialisation qui englobe un aspect très large de la diplomatie d'influence. En revanche, les capacités financières ne sont pas les mêmes : le budget de l'Allemagne pour l'AKPB est 3 fois plus élevé que le budget de la France pour sa diplomatie d'influence. Le SEAE ne joue pas un rôle majeur dans l'action culturelle par rapport à ses États-membres, notamment l'Allemagne ou la France.

D'apparence, le Goethe-Institut à Munich et l'Institut français à Paris se ressemblent : ils poursuivent des stratégies similaires, sont liés d'une manière ou d'une autre au ministère des affaires étrangères et servent l'un comme l'autre d'appui aux réseaux culturels en place dans différents pays du monde. Cependant l'Institut Français est dans la pratique sous tutelle administrative du ministère de l'Europe et des affaires étrangère, tandis que le Goethe-Institut est plus autonome et fait partie de la société civile allemande. Les budgets entre les deux opérateurs centraux ne sont pas de la même envergure : on compte presque 3 fois plus de moyens chez le Goethe-Institut à Munich. À côté, la fondation des Alliances françaises parait insignifiante avec environ 35 fois moins de moyens que le Goethe-Institut à Munich et une dotation de l'État 22 fois moins élevé que pour l'Institut français. Les fonctions de la fondation se sont recentrées sur l'attribution de labels.

Du côté franco-allemand, des initiatives existent, notamment avec le fond franco-allemand ou les instituts intégrés franco-allemand encore en gestation. L'Union européenne tente de lier les instituts culturels de ses États membres entre eux via le réseau EUNIC. Une structure à Bruxelles avec les différents opérateurs centraux ou ministère existe et des initiatives commencent à voir le jour. Le *Cluster Fund* reste moins élevé que le fond franco-allemand pour monter des projets en commun.

Le réseau culturel allemand a cette particularité de ne pas être rattaché à l'ambassade, dans la pratique. Au contraire, la fusion du SCAC-IFR, fait de l'ambassade française le responsable principal pour piloter le réseau. Du côté allemand, le chef du réseau pour la région « Europe de l'Est/Asie centrale » est le Goethe-Institut de Munich. Là non-plus, les moyens ne sont pas les mêmes, rien qu'en termes de personnel au niveau de la programmation culturelles : il est 3 fois plus important du côté allemand que français à Moscou.

En dehors des Goethe-Instituts et des Instituts français, c'est la diversité du réseau culturel de l'Allemagne comme de la France qui frappe. En Russie, les deux pays présentent un maillage institutionnel relativement dense. Il existe de nombreuses structures avec des statuts juridiques, des modes de fonctionnement et des stratégies différents. Parmi elles, les alliances françaises et les centres d'apprentissage de la langue allemande – comme le Humboldt-Zentrum À Irkoutsk – sont des instituts culturels particulièrement axés sur l'enseignement de la langue, mais aussi en mesure de monter des évènements culturels. Enfin, il existe deux clusters EUNIC à Moscou et à Saint-Pétersbourg où sont représentés des instituts culturels de respectivement 11 et 13 différents pays européens.

4.2. RÉSULTATS II – COOPÉRATIONS INTERNES

La structure institutionnelle ayant été abordée dans le sous chapitre précédent, il semble pertinent de voir maintenant comment les acteurs des politiques culturelles de l'Allemagne et de la France en Russie perçoivent cette dernière. Aussi est-il intéressant de savoir comment s'organise concrètement les coopérations entre les acteurs au sein de la structure institutionnelle. Pour ce faire, nous utilisons les interviews réalisées pendant les séjours de recherche et mentionnées en début de chapitre, notamment du côté des décideurs et des instituts culturels.

Il est nécessaire d'observer dans un premier temps les rapports entre l'administration centrale d'un côté et les opérateurs centraux et le réseau culturel en Russie de l'autre. Ensuite, il est pertinent d'étudier les modalités des coopérations entre les opérateurs centraux et le réseau culturel, puis entre l'établissement qui « pilote » le réseau culturel depuis Moscou[111] et le reste du réseau. Enfin, il nous reste à aborder les coopérations des instituts culturels du réseau entre eux.

4.2.1. Coopérations entre l'administration centrale d'un côté et les opérateurs centraux et le réseau culturel de l'autre

4.2.1.1. Administration centrale et opérateurs centraux

En ce qui concerne les rapports entre l'administration centrale et les opérateurs centraux, l'avis de l'Office des Affaires Étrangères du côté allemand n'a pas pu être recueilli. Toutefois le conseiller au département stratégie et évaluation[112] affirme que l'opérateur central du Goethe-Institut à Munich est son interlocuteur directe (2.8. [3084:3157]). La coopération entre les deux instances s'exerce essentiellement par le biais d'accords stratégiques sur quatre ans (2.8. [658:1049]). Une fois ces accords

[111] C'est-à-dire le Goethe-Institut de Moscou – en tant que responsable de la région Europe de l'Est/Asie centrale – du côté allemand, le SCAC-IFR du côté français et la délégation de l'Union Européenne en Russie.

[112] Conseiller pour la stratégie globale et le développement du réseau personnel du département stratégie et évaluation au siège social du Goethe-institut (Annexes – 2.8.)

établis communément, l'Office n'intervient plus directement dans le travail du Goethe-Institut jusqu'à la prochaine échéance (2.8. [2313:2680]).

Du côté français, le responsable à la DGM[113] rappelle que :

> « Notre département [direction de la culture, de l'enseignement, de la recherche et du réseau au MEAE] est responsable du réseau, et l'Institut français est un opérateur, c'est un établissement public qui reçoit notre argent à 80% et qui vient en appui au réseau. Mais on ne lui a pas donné. On a fait ce choix de ne pas lui donner la responsabilité directe du réseau. » (2.9. [11665:12008]).

Le responsable à l'Institut Français [114] parle ainsi d'une relation de *tutelle administrative* entre la direction générale de la mondialisation et l'Institut Français ou la Fondation des Alliances Françaises (2.47. [603:792]) et évoque aussi la subvention du MEAE de plus de 80% (2.47. [1062:1325]). Sur le plan fonctionnel le directeur de l'Institut Français évoque « un pilotage stratégique par le ministère » et « une conduite au jour le jour par l'Institut français » (2.47. [795:1058]) : l'un établit les plans et l'autre les exécute.

4.2.1.2. Administration centrale et réseau culturel

Il n'existe pas de contact direct entre l'Office des Affaires Étrangère et le réseau culturel allemand. Le responsable au Goethe Institut de Saint-Pétersbourg[115] affirme que la coopération se réalise de manière indirecte par le biais de l'opérateur central du Goethe-Institut à Munich. (2.22. [20015:20162]). Ces affirmations sont confirmées par son homologue de Novossibirsk[116] (2.40. [14151:14185]) qui rappelle que le Goethe-Institut à Munich n'est pas un organisme public (Behörde) mais un acteur de la société civile (2.40. [14189:14455]). Ainsi le Goethe-Institut est juridiquement indépendant de l'Office des Affaires Étrangère, même si le financement provient de ce dernier (2.40. [14456:14564]). Selon l' Attaché scientifique à l'Ambassade de France en Russie[117], les Alliances Françaises sur place fonctionnent de manière semblable : elles sont formellement autonomes du ministère des Affaires Étrangères (2.24. [3831:3865]).

4.2.2. Coopérations entre les opérateurs centraux et le réseau culturel

4.2.2.1. Organisation

La responsable de la programmation culturelle au Goethe-Institut de Moscou[118] explique que le Goethe-Institut de la région Europe de l'Est/Asie centrale est indépendant de l'opérateur central. Les programmes culturels sont élaborés au niveau

---

113 Responsale de la culture, de l'enseignement, de la recherche et du réseau, ministère de l'Europe et des affaires étrangères – direction générale de la mondialisation (Annexes – 2.9.)
114 Responsable à l'Institut Français de Paris (Annexes – 2.47.)
115 Responsable au Goethe-Institut de Saint-Pétersbourg (Annexes – 2.22.)
116 Responsable au Goethe-Institut de Novossibirsk (Annexes – 2.41.)
117 Attaché scientifique à l'Ambassade de France en Russie (Annexes – 2.24.)
118 Responsable de la programmation culturelle dans la zone opérationnelle Europe de l'Est et Asie centrale au Goethe-Institut de Moscou (Annexes – 2.4.)

de la région, l'opérateur central n'expose que ses recommandations (2.4. [1014:1193]), c'est la région qui décide (2.8. [5116:5180]). Ceci est justifié par le fait que les instituts régionaux ont une meilleure connaissance du terrain. (2.4. [1156:1245]). Un élément clé du Goethe-Institut est d'avoir une structure décentralisée (2.4. [856:903]). Toutefois le conseiller au département stratégie et évaluation au Goethe-Institut de Munich ajoute que le réseau n'est plus piloté à partir de l'opérateur central depuis 2004 (2.8. [4173:4351]). Le responsable au Goethe-Institut de Saint-Pétersbourg justifie cette démarche par la phobie des Allemands pour le centralisme, notamment après la seconde guerre mondiale (2.22. [22087:22326]). Les stratégies régionales du Goethe-Institut sont toutefois décidées en commun avec l'opérateur central et les instituts régionaux (2.8. [5181:5310]), après que ces derniers ont présenté un plan d'action pour l'année à venir (2.8. [4759:4966]). Les instituts régionaux sont ensuite responsables de la mise en place de ces stratégies (2.8. [3635:3726]) et de la répartition de leurs moyens pour les atteindre (2.8. [4544:4755]).

Du côté français, le responsable à l'Institut Français de Paris rappelle que l'Institut Français de Paris n'a pas de réseau (2.47. [18:57]), il partage toutefois une même identité visuelle avec les Instituts Français dans le monde (2.47. [59:386]). Il explique que l'institut Français de Paris apporte un « appui culturel, appui pédagogique et appui à la professionnalisation et à la formation professionnelle » (2.47. [5624:5785]) au réseau culturel de la France à l'étranger. Il ne fait pas de distinction entre Alliances françaises et Instituts français (2.47. [4267: 5623]&[9400:9652]). L'institut vient donc en appui au réseau mais « ne gère pas directement les personnels et les bâtiments » (2.9. [13143:13261]).

4.2.2.2. Moyens

Le conseiller au département stratégie et évaluation du Goethe-Institut de Munich explique que les subventions de l'Office des Affaires Étrangères arrivaient autrefois dans leur totalité à l'opérateur central pour être ensuite redistribuées aux Goethe-Instituts dans le monde. Maintenant chaque région reçoit directement une part des subventions sans passer par l'opérateur central, qui reçoit lui-même « une part du gâteau ». (2.8. [4352:4543]).

Le responsable à l'Institut Français de Paris affirme que « l'Institut Français est une sorte d'agence de ressources et de moyens, de conseils, d'expertises, d'appuis » (2.47. [389:602]) aux instituts culturels de la France dans le monde. L'institut Français de Paris fonctionne par appel à projet (2.9. [12155:12621]&[12826:12921]) : il dispose d'une large palette d'offre, taillée pour servir le réseau, et « chacun pioche dans ce qui l'intéresse vraiment, ce qui l'intéresse le plus » (2.47. [3036:3205]).

> « On ne quémande pas [...] chacun est dans son rôle : nous, en proposant et eux, en demandant. » (2.47. [2608:2855]).

L'institut Français de Paris fonctionne aussi beaucoup par de l'aide à projet (2.47. [3502:3554]). Le financement des projets vient cependant toujours en complément des propres moyens des instituts ou des moyens locaux (2.47. [3557:3791]), l'Institut français ne peut pas aller au-delà de 50% en termes de cofinancement (2.47. [3208:3501]). L'Institut Français de Paris n'impose toutefois pas aux autres instituts le choix de ses coopérations locales, pas même avec le Goethe-Institut : « c'est à eux de voir au fil des projets » (2.47. [7986:8262]).

Deux offres de l'institut Français de Paris sont particulièrement appréciées par les instituts culturels sur place : il s'agit de la « Culture Tech » - une médiathèque virtuelle en ligne (2.39. [22629:23180]&[31549:31685]. Mais aussi la plateforme « IF cinéma » avec des films que les instituts culturels peuvent diffuser gratuitement (2.7. [2599:2710] ; 2.39. [14072:14188]). L'opérateur central au Goethe-Institut dispose d'offres similaires (2.40. [18692:18813]), dont se saisie le Humboldt-Zentrum à Irkoutsk par exemple (2.37. [6069:6161]). Enfin, l'Institut Français de Paris propose un catalogue de projets aux Alliances Françaises qui semble attirer beaucoup de demandes :

> « Aux Alliances par exemple, comme ce sont des petites structures qui sont parfois impécunieuses, qui n'ont pas nécessairement énormément de moyens, on leur a proposé un catalogue de propositions artistiques. Ce sont des propositions qu'on a montées avec des structures qui ont pignon sur rue en France – dans l'Hexagone en tout cas – et qui sont peu couteuses, qui mobilisent au maximum trois personnes. Ensuite ils peuvent faire des tournées dans différents pays, dans plusieurs villes qui ne coutent pas trop chères et pour lesquelles on peut les aider, les cofinancer jusqu'à 3000 euros. Ils sont extrêmement preneurs. C'est un bel objet, c'est du top niveau, ce sont des structures françaises, artistiques, culturelles, intellectuelles. Ce sont des choses sur le plan artistique qui tiennent la route. Ce n'est pas du tout du patronage, ça a bien pris, ça a attiré beaucoup de demandes » (2.47. [24893:25782])

4.2.2.3. Communication

En termes de communication le responsable à l'Institut Français de Paris affirme que l'Institut Français de Paris est en contact permanent avec le réseau culturel « c'est à dire avec l'attaché culturel, le conseiller culturel, l'attaché éducatif » (2.47. [1328:1673]), en bref : le SCAC-IF (2.47. [1817:1919]). Ainsi les équipes de l'Institut Français de Paris « travaillent avec les équipes du réseau en permanence, au quotidien, par téléphone, téléconférence, visioconférences, envois de documents. » (2.47. [1674:1817]) et ajoute en dernier :

> « Que vous soyez à Melbourne, à Irkoutsk ou au Luxembourg, c'est pareil. Ils ont accès aux mêmes informations. Nous les servons. Après c'est vrai que c'est plus facile de déplacer quelqu'un à Bruxelles qu'à Irkoutsk. » (2.47. [26164:26452])

Le Goethe-Institut à Munich a avant tout une fonction de conseiller avec des domaines de spécialités artistiques et linguistiques (2.8. [2880:3083]). À ce sujet, le

responsable au Goethe-Institut de Novossibirsk décrit une situation susceptible de se produire dans la pratique :

> « Ce que nous faisons lorsque nous voulons soutenir des demandes de partenaires locaux et qu'il s'agit d'un domaine dans lequel je ne me connais pas (On ne effectivement peut pas être à l'aise dans tous les domaines culturels) [...], je demande, par exemple, au département de musique et je leur dis : 'là, nous avons une demande au sujet de la nouvelle musique. Comment évaluez-vous cela ?'. En ce sens, c'est pour nous une expertise importante. C'est une fonction importante que remplit l'opérateur central[119]. » (2. 40. [12693:13432])

Cette fonction d'expertise est aussi remplie par l'Institut Français de Paris. L'opérateur central répond aux demandes du réseau :

> « Vous me demandez si l'Institut français fait appel au réseau culturel à l'étranger. Ce n'est pas exactement ça, parce que c'est une terminologie qui est dans la loi et dans le décret, mais c'est plutôt l'inverse qui se passe : c'est le réseau qui fait appel à l'Institut français pour lui demander l'accès à ses programmes, pour solliciter tel ou tel conseil, expertise, pour solliciter de la formation. » (2. 47. [2202:2606])

4.2.3. Coopérations entre le pilote du réseau et les instituts culturels « pilotés »

4.2.3.1. Rapports entre l'ambassade et les instituts culturels

Il a été vu dans l'état des lieux que le pilotage du réseau culturel à l'étranger était structurellement bien différent entre l'Allemagne et la France. Le corps diplomatique et les instituts culturels sont bien distincts du côté allemand, tandis que le service culturel de l'ambassade et l'Institut Français de Russie fusionnent du côté de la France.

Les directeurs des Goethe-Instituts de Saint-Pétersbourg et de Novossibirsk répètent que ces derniers sont indépendants de l'ambassade et des consulats généraux en termes de programmation culturelle (2. 40. [16091:16127]) : il ne viendrait jamais à l'idée que l'ambassadeur ou le consul général impose ou interdit un projet (2. 22. [20844:21049] ; 2. 40. [14864:15222]). Il s'agit d'une liberté rarissime pour un institut culturel, qui est né au lendemain de la seconde guerre mondiale : la culture doit rester indépendante de la politique (2. 40. [15225:15490]). En revanche, le Goethe-Institut est dépendant de l'ambassade ou du consulat en ce qui concerne certaines questions techniques et juridiques :

> « Nous dépendons également d'eux pour de nombreuses choses pratiques, comme le statut de l'institut, les règlementations en matière de douanes et de visas, etc. À cet égard, nous nous

[119] Traduit de l'allemand par l'auteur: « Was wir tun ist, wenn wir Anfragen haben von lokalen Partnern, ob wir das fördern wollen. Und sagen wir mal, das ist ein Gebiet, wo ich mich selber nicht kennt (Man kann sich in der Natur der Sache ja nicht in allen kulturellen Sparten gleich gut auskennen) Es ist eins, wo ich mich nicht mit nicht so sicher bin, würde ich zum Beispiel die Musikabteilung anfragen und sagen: 'Wir haben hier eine Anfrage vom Thema Neue Musik, wie schätzt ihr das ein?'. Insofern ist das für uns eine wichtige Fachberatung. Das ist eine wichtige Funktion, die die Zentrale leistet. »

> informons mutuellement de ce que nous faisons. Nous nous coordonnons aux sujets des questions techniques. »[120] [15834:16089]

Les coopérations entre le corps diplomatique et les Goethe-Instituts sont intenses. Le responsable au département culturel de l'ambassade d'Allemagne en Russie[121] dénote que, malgré la séparation des activités du Goethe-Institut et du service culturel, il y a toujours concertation entre les deux instances (2.3. [203:379]). Le responsable au Goethe-Institut de Novossibirsk affirme qu'il entretien une bonne relation avec le consulat général à Novossibirsk et l'ambassade à Moscou (2.40. [15735:15833]).

Le consulat général de Novossibirsk a un budget culture pour ses propres projets que le responsable au Goethe-Institut de Novossibirsk estime beaucoup plus petit que celui du Goethe-Institut (2. 40. [16215:16415]). Certains projets locaux sont sous la coupe du consulat général à Saint-Pétersbourg, Le responsable au Goethe-Institut trouve que « ça marche plutôt bien », « Il y a toujours une réunion du groupe de pilotage et toutes sortes de rendez-vous, de coordinations et de brainstorming etc. » (2.22. [17138:17684]. Toutefois, il existe « des différences de conceptions sur ce qui doit être fait. Mais il y a toujours beaucoup de communication à ce sujet et tout le monde pense un peu dans la même direction »[122] (2.22. [17686:17887]).

La venue de l'ambassadeur dans les différentes Alliances Françaises du territoire russe est toujours un moment exceptionnel pour elles, que ce soit à Novossibirsk (2.39. [6092:6184]) ou Vladivostok. Le VIA à l'Alliance Française de Vladivostok[123] précise que l'ambassadeur se rend généralement pour les anniversaires particuliers (5 ans, 10 ans, 15 ans etc.) des Alliances (2.19. [25474:25585]). Une autre occasion de se rencontrer est possible chaque année lors du Conseil d'Orientation Stratégique (COS) à Moscou, où « toutes les alliances s'y déplacent aux frais de l'ambassade » (2.19. [4365:4426]). Le VIA à l'Alliance Français de Novossibirsk[124] précise que « dans ces réunions, il y a les directeurs, les présidents et les VI[A des Alliances françaises] » (2.39. [15910:16151]). Néanmoins, les présidents des Alliances français ne sont pas obligés de venir (2.19. [19610:19947]). Le VIA à l'Alliance Française de Vladivostok résume le déroulement du COS ainsi :

---

120 Traduit de l'allemand par l'auteur : « Weil wir auch in vielen praktischen Dingen doch von denen abhängig sind, was den Status des Instituts betrifft, was das Zoll- und Visaregelungen usw. Betrifft. Insofern informieren wir einander über was wir machen. In technischen Dingen stimmen wir uns ab »

121 Responsable au département culturel à ambassade d'Allemagne en Russie (2.3.)

122 Traduit de l'allemand par l'auteur: „Es gibt immer unterschiedliche Vorstellungen, was man machen muss, aber es gibt immer extrem viel Kommunikation dazu und alle denken ein wenig in dieselbe Richtung. Das ist natürlich extrem hilfreich."

123 Assistant Volontariat International Administratif, chargée de cours et de programmation culturelle à l'Alliance française de Vladivostok (Annexes – 2.19.)

124 Assistant Volontariat International Administratif, chargé de cours et de programmation culturelle à l'Alliance française de Novossibirsk (Annexes – 2.39.)

> « La première journée, comme souvent, il y a des discours un peu longs. La deuxième journée on parle des projets culturels, des questions de certifications (car on est un centre agréé on peut passer des examens de FLE les différents niveaux de A1 à C1) et les différents concours parce que l'Institut français organise aussi des concours » (2.19. [19610:19947]).

En dehors de la Russie, le responsable à l'Institut français de Leipzig [125] a conscience que ce dernier peut aussi servir de médiateur entre les autorités locales et l'ambassade (2.7 [4072:4120]). Le consul général[126] rappelle le consulat [général de New York], bien qu'il ne fasse peu de culturel (2.10. [3651:3742]), peut jouer un rôle extrêmement important dans la diplomatie d'influence via l'animation de la communauté française sur place (2.10. [10517:10795]). L'attaché scientifique au SCAC Etats-Unis[127] explique que la diplomatie culturelle française aux États-Unis a cette particularité d'avoir un SCAC et un Institut Français qui n'ont pas fusionné et qui ne sont pas dans le même bâtiment (2.12. [779:974]). D'après elle, il n'y a pas de lien hiérarchique entre les consulats et les instituts culturels sur place, c'est plutôt un lien de coopération (2.12. [2586:2739]) avec des intérêts partagés (2.12. [2531:2585]).

4.2.3.2. Rapports entre l'institut culturel à Moscou et les autres instituts culturels

De manière formelle, le rapport entre le Goethe-Institut de Moscou – en qualité de responsable de la région Europe de l'Est/Asie centrale – et les instituts régionaux est hiérarchique (2.40. [11970:12386]). Le Goethe-Institut de Moscou est lui-même hiérarchiquement rattaché à l'opérateur central à Munich (2.40. [13433:13556]). Dans la pratique, la coopération s'apparente à des contacts fréquents entre Moscou et les autres instituts (2.22. [18999:19103]) ainsi qu'à des projets en commun (2.22. [18416:18497]). Un peu comme l'opérateur central à Munich, le Goethe-Institut de Moscou a une fonction d'expertise dans la région Europe de l'Est/Asie Centrale (2.40. [12389:12597]&[12600:12691]).

Du côté français, le responsable à l'Institut Français de Paris explique tout d'abord que :

> « Le chef du SCAC est le directeur de l'Institut français. Les antennes de l'Institut français dans chaque pays sont culturellement des excroissances du SCAC, même s'il y a une autonomie financière distincte du service culturel et de coopération (2.47 [1922:2199]) »

La fusion du SCAC avec l'Institut Français de Russie peut amener à confusion chez d'autres partenaires, ne sachant pas si les ordres viennent de l'ambassade, du consulat ou du directeur de l'Institut français. Un exemple avec le directeur du Goethe-Institut à Saint-Pétersbourg :

---

[125] Responsable à l'Institut français de Leipzig (Annexes – 2.7.)
[126] Consule général à New-York (Annexes – 2.10.)
[127] Attachée scientifique, service de coopération et d'action culturelle Etats-Unis (Annexes – 2.12.)

> « Donc, le collègue français, l'ambassadeur ou l'attaché culturel... Je pense que c'est l'ambassadeur... Je ne sais pas si c'est le cas pour le consul général... Aucune idée. Mais il peut donner des instructions au directeur de l'Institut français. »[128] (2.22 [20435:20841])

Toujours est-il que c'est le chef de poste, en l'occurrence du SCAC-IFR, qui devient le pilote du réseau culturel sur place (2.47 [6423:6576]). Les Alliances françaises ne sont donc pas complètement autonomes (2.26 [11576:11764]). L'ambassade gère le personnel à l'échelon local (2.47 [6333:6423]). Ce qui peut amener à certaines difficultés pour faire des contrats au niveau des instituts culturels (2.7. [5177:5254]). Tout cela peut donc amener à des tensions entre le réseau des Alliances françaises et l'Institut français de Saint-Pétersbourg et Moscou (2.19. [3846:3969].

Le responsable à l'Alliance Française Nijni-Novgorod[129] déclare être en proximité constante et régulière avec le SCAC-IFR, dont les contacts sont fréquents (2.26. [12377:12509]) : « à chacun, à l'un et à l'autre, de tout le temps se rappeler au bon souvenir de l'autre, surtout ne pas s'éloigner. » (2.26. [12618:12742]). L'adjoint de coopération et d'action culturelle de l'ambassade de France en Russie[130] confirme les dires de la directrice de l'Alliance Française à Nijni-Novgorod en affirmant que SCAC-IFR et Alliances travaillent étroitement ensemble (2.1. [22:178]). Le VIA à l'Alliance Française de Vladivostok trouve qu'il y a parfois un manque de communication entre les deux instances, notamment sur le site internet, qui doit être refait. Elle n'est pas au courant de tous les changements à Moscou (2.19. [9885:9997]).

L'offre de l'Institut Français de Russie semble être perçu comme une liste ou un catalogue de projets culturels pour les Alliances Françaises qui en deviennent les exécutants :

> « VIA à l'Alliance Française de Vladivostok : La programmation culturelle de l'Institut ainsi que les projets sont annoncées et ils nous présentent une liste de projets et les villes qui pourraient être candidates. [...]
> Adrien Houguet : Donc, ça marche un peu comme un catalogue, si j'ai bien compris.
> VIA à l'Alliance Française de Vladivostok : Oui, pour certains projets. En tout cas en ce qui concerne les projets présentés au COS. Chaque alliance marque ses préférences en fonction des dates des artistes définis par l'Institut français et les possibilités sur place. Voilà, ça se fait comme ça [...] On sert de relais sur place au projet de l'Institut français » (2.19. [4427:4713]&[5393:5744]& [7572:7632]).

> « Il y a les évènements culturels qui vont être directement proposés par l'Institut français. Par exemple, les rencontres d'auteurs, les groupes de musique qui vont venir et les troupes artistiques en général » (2.28. [1159:1373]).

> « L'Institut nous aide bien sûr parce qu'il y a des projets, des tournées, des artistes, des musiciens, des spectacles avec la venue des artistes français [...] l'Institut français prend en charge

[128] Traduit de l'allemand par l'auteur : « Ich glaube, das ist der Botschafter. Ich weiß nicht, ob der innere Generalkonsul. Keine Ahnung. Aber der kann Weisungen an den Leiter des Institut Francais erteilen. »

[129] Responsable à l'Alliance Française à Nijni-Novgorod (Annexes – 2.26.)

[130] Adjoint de coopération et d'action culturelle à l'ambassade de France en Russie (Annexes – 2.1.)

> avec beaucoup de couts de financement et de frais et nous sur place on organise l'évènement. Grâce à l'Institut français, on peut organiser des projets et des tournées concerts » (2.38. [2286:2494]&[2625:2858]).

> « De manière générale, l'ambassade, via l'Institut, propose des expositions d'évènements en tous genres et les alliances choisissent en fonction du financement, en fonction du moment où elles sont proposées, en fonction des lieux d'expositions, en fonction des partenaires etc. » (2.39. [7483:7763]).

Sentiment partagé par le responsable à l'Alliance Française de Nijni-Novgorodqui affirme que la programmation culturelle est en quelque sorte centralisée à Moscou, à l'Institut français de Russie : c'est eux qui proposent des spectacles (2.26. [10128:10245]) et « parfois, on voit que l'on n'a pas forcément une coïncidence entre l'offre et la demande et que ça ne fonctionne pas toujours de manière aussi évidente » (2.26. [11066:11288]). Il arrive souvent que les dates ne correspondent pas tout le temps aux calendriers des Alliances Françaises (2.19. [4765:4807] ; 2.26. [11343:11573]&[10350:10458]). Bien sûr les directeurs ont toujours la possibilité d'accepter ou de refuser un projet (2.39. [7763:7851]) :

> « La façon de travailler [avec l'IFR] est surtout de s'interroger, de pouvoir se questionner, de pouvoir dire oui ou non, et c'est le cas sur des projets qui nous sont donnés » (2.26. [12746:12907])

Les Alliances françaises peuvent aussi faire des demandes d'aide à projet à l'IFR (2.26. [9571:9948]&[9681:9748] ; 2.39. [7851:7997]&[7998:8333]), auquel cas ces dernières doivent présenter une fiche projet :

> « À quoi ça ressemble ? [...] on remplit : intitulé ; quand ; où ; les objectifs ; les résultats attendus ; le descriptif des partenaires ; nombre de participants éventuels attendus ; les prestataires qui aident ; un tableau des dépenses et recettes. [...] Les fiches projets doivent être envoyés à une certaine date pour qu'on puisse budgéter l'année, donc ce n'est pas du tout libre » (2.39. [40690:41123]&[41751:41879]).

L'aide aux projets ne fonctionnent donc que par ces fiches :

> « Tu ne peux pas demander par exemple 10.000 euros par an et ensuite tu fais ce que tu veux de ton enveloppe de 10.000 euros » (2.39. [41550:41750]).

4.2.4. Coopération entre instituts culturels

4.2.4.1. Rapport entre les Goethe-Instituts et leurs partenaires de coopération

Les rapports entre les Goethe-Instituts et ses « partenaires de coopération » sont tout d'abord fixés par des contrats partenariaux. Le centre culturel allemand et européen à Nijni-Novgorod est par exemple lié au Goethe Institut de Moscou et à l'ambassade (2.27. [1289:1541]). Un partenariat informel existait déjà depuis de longues années (2.27.[3828:3960]&[4208:4400]). Le Humboldt-Zentrum quant à lui est lié au Goethe-Institut de Novossibirsk et permet de représenter ses intérêts en Sibérie orientale (2.37. [14307:14518]).

Le responsable au centre culturel allemand et européen de Nijni Novgorod[131] reçoit, en plus des propres projets de son centre culturel à Nijni-Novgorod, des propositions du Goethe-Institut de Moscou (2.27. [5208:5386]) que ce dernier déploie sur tout le territoire russe (2.27. [4960:5095]). Le centre culturel devient donc simplement un exécutant et dispose d'un petit budget pour faire de la publicité (2.27. [5097:5207]). Parfois, c'est aussi le centre culturel qui propose certains projets devant un jury du Goethe-Institut à Moscou, auquel cas il reçoit une aide financière si le projet est accepté (2.27. [1842:2019]). Le responsable au Humboldt-Zentrum à Irkoutsk[132] reçoit aussi des propositions d'évènements culturels de la part du Goethe-Institut de Novossibirsk (2.37. [6162:6309]&[14582:14794]) et une aide financière pour les réaliser (2.37. [11590:11837]). Le Humboldt-Zentrum peut toujours refuser les projets s'ils ne collent pas avec le calendrier du centre ou s'ils sont trop couteux (2.37. [14795:14906]).

Le responsable au Goethe-Institut de Novossibirsk explique que le Goethe-Institut de Novossibirsk accompagne ses partenaires de coopération en Sibérie, que ce soient des points de contact culturel, des centres d'apprentissage de la langue allemande ou salles de lecture. Ce peut être des institutions affiliées à des universités, des écoles de langues privées. Ces dernières peuvent recevoir une licence du Goethe-Institut, en échange de quoi elles peuvent utiliser le logo de l'institut et doivent respecter ses standards d'éducation. Le personnel des partenaires de coopération peut recevoir des formations proposées par le Goethe-Institut. Enfin, ils peuvent obtenir de ce dernier une expertise au niveau pédagogique et culturel (2.40. [16536:17028]). En ce qui concerne les salles de lecture, Per brand déclare :

> « Il existe un réseau de salles de lecture en Russie, mais nous ne voulons pas d'une bibliothèque dont le service serait assuré à distance depuis Moscou »[133] (2.40. [17028:17148]).

Le Goethe-Institut de Novossibirsk et ses partenaires de coopération font souvent des évènements culturels ensemble (2.40. [18268:18329]). Lors d'une invitation d'un écrivain suisse-allemand à Irkoutsk, par exemple, le Humboldt-Zentrum était coorganisateur de l'évènement (2.40. [18544:18690]).

4.2.4.2. Rapports horizontaux entre les instituts culturels

Le responsable au Goethe-Institut de Saint-Pétersbourg souligne que les trois Goethe-Instituts en Russie sont de tailles différentes : celui de Moscou est très important, celui de Saint-Pétersbourg est de taille intermédiaire, celui de Novossibirsk est nouveau et donc plus petit (2.22. [689:979]).

---

131 Responsable au centre culturel à Nijni Novgorod (Annexes – 2.27.)
132 Responsable au Humboldt-Zentrum (Annexes – 2.37.)
133 Traduit de l'allemand par l'auteur : « Es gibt ein Netzwerk an Lesersälen in Russland aber wir wollen keine Bibliothek haben, die fern von Moskau aus betreut. Es gibt doch einige Novosibirsk zum Beispiel. »

Ces différences entre les instituts sont aussi relevées du côté français par le responsable à l'Alliance Française de Nijni-Novgorod:

> « Ça changera peut-être, mais les Instituts ce n'est pas la même chose que les Alliances. On a des problématiques différentes, [sauf] dans les cours : on est quand même dans des problématiques qui sont assez proches. [...] Parfois on nous met tous sur un même plan d'égalité mais moi, je ne le revendique pas parce que je pense qu'on n'est pas du tout à égalité. » (2.26. [26386: 26597]&[27672:27811])

Toutefois, les missions des instituts et des alliances sont les mêmes selon Le responsable à l'Institut Français de Leipzig (2.7. [247:328]). À Paris le responsable affirme que les deux institutions se complètent utilement en Russie, puisqu'ils ne se trouvent pas dans les mêmes villes (2.47. [24433:24619]). Le responsable à l'Institut Français de Saint-Pétersbourg[134] exprime la nécessité d'avoir une action coordonnée et en cohérence les uns avec les autres, notamment entre les deux antennes de l'Institut Français de Russie (2.21. [659:897]).

Les Alliances françaises s'entraident sur les venues d'artistes par exemple (2.19. [23983:24077]), ou en s'échangeant du matériel de projection (2.19. [24334:24385]) ou pour des expositions (2.19. [9951:10045]). Il est possible de se partager certains frais, comme le graphisme. « Après, libre à chacun d'éditer localement et de partager les frais de graphismes » (2.26. [10045:10125]). À ceci le responsable à l'Alliance Française de Nijni-Novgorod ajoute un exemple :

> « On est un réseau. Entre nous, on a des tournées, on a des projets. Par exemple, le collègue de Samara a fait venir de sa propre initiative une exposition de photos du Sénégal. Il l'a proposé à tous les collègues. À charge à chacun de faire venir les photos et de les réimprimer. Donc nous les avons imprimés, on a fait une exposition de photos au moment de la francophonie. Voilà, il y a ce type de coopération qui a lieu entre nous. » (2.26. [9131:9568])

Selon le VIA à l'Alliance Française de Vladivostok, il persiste néanmoins des problèmes de communication entre les Alliances Française : « c'est bête parce que des fois on pourrait mutualiser nos ressources encore mieux, alors que c'est les mêmes projets. » (2.19. [23477:23732])

Toutefois des initiatives ont éclot dans ce domaine : il existe maintenant un groupe WhatsApp entre les volontaires internationaux et un autre entre les directeurs des Alliances (2.19. [23735:23852]). Ces initiatives semblent venir de l'Alliance français d'Oufa (2.19. [23379:23474]). Les volontaires internationaux peuvent aussi se rencontrer physiquement lors des venues chez les uns ou chez les autres pour des projets en commun (2.39. [21267:21669]).

---

134 Responsable à l'antenne de Saint-Pétersbourg et Nord-Ouest de la Russie au sein de l'Institut Français De Russie (Annexes – 2.21.)

Le VIA à l'Alliance Française de Vladivostok avoue que le dialogue de Trianon n'a pas l'air enthousiasmé les directeurs des Alliances françaises qui ne semblent pas motivés par la portée politique de l'initiative (2.19. [25810:26020]).

4.2.5. Interprétations des coopérations internes

L'analyse des coopérations entre les acteurs des politiques culturelles allemandes et françaises en Russie donne une seconde lecture de la structure institutionnelle. Elle permet de dépasser l'aspect formel présenté dans le sous-chapitre précédent pour observer les rapports entre les différents acteurs dans la pratique.

Par le discours des acteurs des politiques culturelles de la France il est possible de confirmer cette impression de tutelle administrative entre le ministère des Affaires étrangères et l'Institut Français de Paris. Du côté des acteurs allemands, le Goethe-Institut est certes lié aux accords stratégiques pris en commun avec le ministère, dans l'application de ces derniers il jouit d'une grande autonomie. Il n'y a pas de contact direct entre l'Office des affaires étrangères et le réseau culturel allemand.

Que ce soit du côté allemand comme français, le réseau culturel sur place est indépendant de l'opérateur central, il n'est pas « piloté » par ce dernier et reçoit les subventions directement du ministère des affaires étrangères. Ceci est justifié par une meilleure connaissance du terrain venant du réseau culturel sur place. Les opérateurs centraux ont une fonction de conseiller, peuvent donner des recommandations faire de l'appel à projet, de l'aide à projet ou proposer des offres culturelles. L'Institut français de Paris ne fait pas de distinction entre instituts français et alliances françaises à ce niveau. Côté allemand, les stratégies des Goethe-Instituts régionaux sont pris en commun avec l'opérateur central : à eux toutefois de mettre ces stratégies en application.

Les acteurs du réseau culturel allemand en Russie répètent qu'ils sont indépendants vis-à-vis de l'ambassade et de son service culturel. Rien ne peut être imposé par ce dernier. Toutefois les contacts entre les Goethe-instituts et les services culturels diplomatiques sont nombreux. Malgré des conceptions parfois divergentes de la diplomatie culturelle, les deux parties arrivent toujours à s'en accommoder. Les services diplomatiques aident notamment les Goethe-instituts pour des questions techniques (visa, droit russe etc.). Côté français, le schéma est bien différent : il existe une autonomie formelle entre les instituts culturels et l'ambassade notamment en termes de finances et de personnel. Dans la pratique, le réseau est piloté depuis le SCAC-IFR. La gestion du personnel s'exécute depuis ce dernier, la programmation culturelle y est en grande partie centralisée et cela peut amener à des tensions avec les antennes et les alliances françaises en région.

Les Goethe-instituts en Russie sont de tailles différentes. Celui de Moscou est aussi le siège de la région « Europe de l'Est/Asie centrale » et est donc, de manière formelle, hiérarchiquement supérieur aux deux autres. Dans la pratique les Goethe-instituts fonctionnent de manière autonome. Les contacts entre les différents établissements sont fréquents. Le Goethe-Institut de Moscou a aussi une fonction d'expertise, si ceux de Saint-Pétersbourg et de Novossibirsk le demandent. Avec les partenaires de coopération, les rapports ne sont pas similaires. Il existe tout d'abord des contrats partenariaux avec les Goethe-Instituts concernés. Les partenaires obtiennent un financement, des aides à projets mais aussi des offres directement proposées par les Goethe-Instituts. Côté français les rapports entre SCAC-IFR et Alliances françaises sont semblables sur certains points : il existe aussi une offre – sous forme de catalogue de projet – venant de l'Institut français de Russie. Ce dernier fait aussi de l'aide à projet. Toutefois, il ne s'agit pas d'un financement régulier comme chez les Goethe-Institut mais de « fiches projets » qui seront acceptées ou non par le SCAC-IFR. La communication entre les Alliances et l'ambassade est sporadique, tous se retrouvent cependant lors du conseil annuel d'orientation stratégique. Les Alliances françaises sont également de tailles différentes, il existe une entraide entre eux dans l'élaboration de projets qui commence à se mettre en place.

4.3. RÉSULTATS III – COOPÉRATIONS LOCALES

En ce qui concerne les coopérations locales, c'est-à-dire entre les instituts culturels et les établissements avec lesquels ils collaborent sur place, il est tout d'abord nécessaire de faire un tour d'horizon – non exhaustif – des coopérations. Il s'agit d'énumérer et de grouper les institutions évoquées par les personnes interviewées. Il semble ensuite intéressant de comprendre les modalités de ces coopérations à partir de deux points de vue : celui des instituts culturels et celui des établissements partenaires.

4.3.1. Aperçu général des coopérations locales

Les partenaires locaux ont été regroupés en cinq catégories : Partenaires artistiques, partenaires dans d'autres activités culturelles, partenaires dans l'administration et la politique locale, partenaires au niveau éducationnel, partenaires économiques et privés. Les deux premières catégories peuvent constituer ce que nous appelons par la suite les partenaires culturels des instituts.

4.3.1.1. Partenaires artistiques

En termes de partenaires artistiques les interviewés ont tout d'abord cité des établissements où il est possible d'apprécier des œuvres d'art visuel. Il peut s'agir d'établissements d'art contemporain (2.40. [20953:21015]&[21207:21318]), de centres ou galeries d'art à taille très variée (2.19. [5203:5391]&[8284:8385] ; 2.21.

[5745:5821] ; 2.26. [5647:5751] ; 2.27. [2534:2614] ; 2.28. [4311:4626]&[4927:5090] &[6435:6843] ; 2.38. [9720:9798]), de centres d'expositions (2.45. [4014:4059]), de musées d'art (2.19. [8385:8394] ; 2.38. [1626:1637]), dont par exemple l'Ermitage à Saint Pétersbourg (2.20. [13235:13346]&[13434:13604]; 2.21. [20859:20963]).

Certains interviewés emploient le terme plus large de partenaires culturels locaux ou d'institutions culturelles/établissements culturels (2.1. [311:442] ; 2.8. [15938:16113] ; 2.11. [1715:1822]& [1574:1628] ; 2.26. [1800:1831]&[2340:2413] ; 2. 38. [1460:1513]& [9452:9492]). Ariane Rousselier[135] parle de « grands établissements culturels » comme par exemple « le Musée Pouchkine, le Bolchoï, le Théâtre Stanislavski, la galerie des Frères Lumière, Festival Tchékhov… » (2.16. [1167:1376]).

Parmi les partenaires artistiques, il existe aussi des festivals de musique (2.21. [6906:7315]&[7319:7782]), de cinéma (2.42. [1157:1230]), de théâtre (2.16. [1376 :1496] ou de langue et de culture allemande (2.45. [4380:4499]). Il se peut aussi que ces festivals soient des projets en commun entre instituts culturels et partenaires culturels (2.45. [5485:5691]). Il existe encore des collaborations avec des cinémas d'art et d'essais (2.26. [6103:6201]) ou des multiplexes (39. [8408:9372]), des philharmonies (2. 26. [5497:5646] ; 2.39. [29680:29792]) et des théâtres (2.11. [1629:1713] ; 2.21. [8762:8977]&[10055:10147] ; 2.38. [1638:1650]&[9615:9719]).

Il arrive bien souvent que les instituts culturels de l'Allemagne et de la France aient les mêmes partenaires culturels comme par exemple le cinéma et centre culturel « Pobeda » à Novossibirsk (2.39. [8408:9372] ; 2.42. [1157:1230]), le centre d'art « Arsenal » à Nijni Novgorod (2.26. [5647:5751] ; 2.27. [2534:2614]), le cinéma d'art à Irkoutsk (2.37. [17970:18010], 2.38. [790:838]). Il arrive parfois qu'un directeur d'un établissement culturel partenaire se trouve aussi dans le conseil d'administration, comme c'est le cas à Nijni Novgorod entre autres (2.26 [21555:21819]).

Enfin, les partenaires artistiques ne s'arrêtent pas aux établissements culturels, mais comprennent aussi les artistes locaux (2.21. [7783:8063] ; 2.40. [22102:22240] ; 2.55. [2953:3029]).

4.3.1.2. Partenaires dans d'autres activités culturelles

Il existe des partenaires dans d'autres activités culturelles que l'art. Il s'agit par exemple de musées d'Histoire (2.38. [9493:9614]), de librairies (2.37. [2567:2623]), de bibliothèques (2.19. [8395:8425] ; 2.37. [8395:8425]&[17676:17785]& [17862:17969] ; 2.39. [10793:10831]&[21793:21908]) et leurs clubs de lectures (2.45. [2627:2709]& [2802:2856]&[9825:10062]). Le centre culturel allemand et européen de Nijni-Novgorod collabore avec le centre des cultures slaves dans la même ville (2.27.

135 Attaché communication, partenariats & grands Évènements à l'Institut Français de Russie (Annexes – 2.16.)

[6738:6773]&[6738:6773]&[6829:7002]). Il existe enfin des partenariats avec des Églises (2.3. [1814:1864]), avec des animateurs (2.43. [945:1017]) et aussi avec des médias (indépendants) (2.10. [1870:1911] ; 2.20. [21904:22096]).

4.3.1.3. Partenaires dans l'administration et la politique locales

Un autre pan des coopérations locales est celui des partenariats avec les autorités locales ou du moins la collaboration avec ces derniers. Il s'agit du gouvernement (2.8. [9357:9572]), du ministère de la Culture (2.20 [22416:22471]&[22635:22796] ; 2.40 [25805:25830]), du ministère de l'Éducation, du ministère des Affaires étrangères (2.20 [15601:15771]&[22357:22415]&[23062:23275] ; 2.40 [25435:25704]). Il existe aussi énormément de collaborations avec la municipalité locale (2.7. [2393:2477] ; 2.26. [19668:19814]&[21820:21892] ; 2.28. [3742:3925]&[6894:6931] ; 2.37. [18077:18108] ; 2.38. [1652:1710]&[9799:9866]). Beaucoup d'interviewés emploient simplement le terme d' « autorités locales » (2.7. [4017:4072] ; 2.10. [28937:29063] ; 2.19. [25001:25345] ; 2.20. [22472:22631] ; 2.26. [1673:1799] ; [6145:6256]& [25831:25908]).

Dans cette catégorie, il existe aussi des partenaires de la société civile, à cheval entre le culturel et le politique (2.8. [9242:9356]). Le dialogue de Trianon est de même évoqué par certains interviewés du côté français et russe (2.6. [485:555] ; 2.9. [17289:17482]&[17485:17570] ; 2.39. [31493:31548]&[33493:33800] ; 2.47. [10999:11565]). Enfin, les années thématiques font aussi bien partie de l'agenda politique que du culturel (2.45. [4603:4920]).

4.3.1.4. Partenaires au niveau éducationnel

Moins intéressant pour cette thèse, toutefois cités par les interviewés, les partenaires des instituts culturels au niveau éducationnel sont nombreux. Il s'agit d'écoles (2.3. [1284:1350] ; 2.7. [1946:2027]&[4973:5015] ; 2.8. [18898:18998] ; 2.10. [11566:11647] ; 2.26. [20510:20554] ; 2.39. [20205:20700]&[22319:22508]& [27819:27973]&[27975:28223]&[28423:29039]&[35033:36145]&[39199:39282]), de centre de langues (2.27. [7005:7143]) ou d'universités (2.6. [47:194] ; 2.8. [13081:13125] ; 2.12. [17068:17137] ; 2.20. [844:873] ; 2.37. [18013:18028]).

Certains partenaires culturels ont déclaré qu'ils collaboraient bien volontiers avec des scientifiques européens et russes (2.17. [2780:2860]&[2568:2701]), avec le centre d'études franco-russe (2.17. [4418:4595]), avec des organismes d'échanges scientifique, comme le DAAD (2.45. [4260:4379]) ou avec un organisme d'éducation politique (2.7. [4165:4293]).

4.3.1.5. Partenaires économiques et privés

Certains instituts culturels n'hésitent pas non plus à approcher les entreprises locales (2.26. [22724:22864]) ou entreprises françaises sur place (2.39.

[25463:25576]) pour un partenariat plutôt économique. Il peut aussi exister des coopérations avec des hôtels (2.26. [1909:1926]&[2803:2900] ; 2.28. [4031:4308]), des restaurants (2.26. [1832:1908]&[2803:2900] ; 2.28.[9765:9798]&[9800:10245] ; 2.38. [9017:9161]) avec, par exemple, des cuisiniers français/belges et russes pour un diner caritatif (2.43. [672:943]).

Les instituts culturels se réjouissent aussi d'avoir des locuteurs en langue allemande ou française qui peuvent organiser des clubs de lecture ou de conversation par exemple (2.37. [18029:18075] ; 2.45. [8396:8444]&[8475:8608]).

4.3.1.6. Partenaires cités selon les institutions et les pays

Ne faire qu'énumérer les partenaires cités par les interviewés – aussi diversifiés soient-ils – ni même de les regrouper en cinq catégories n'est pas suffisant. Il faut aussi connaitre les tendances de telle ou telle institution à citer telle ou telle catégorie de partenaires.

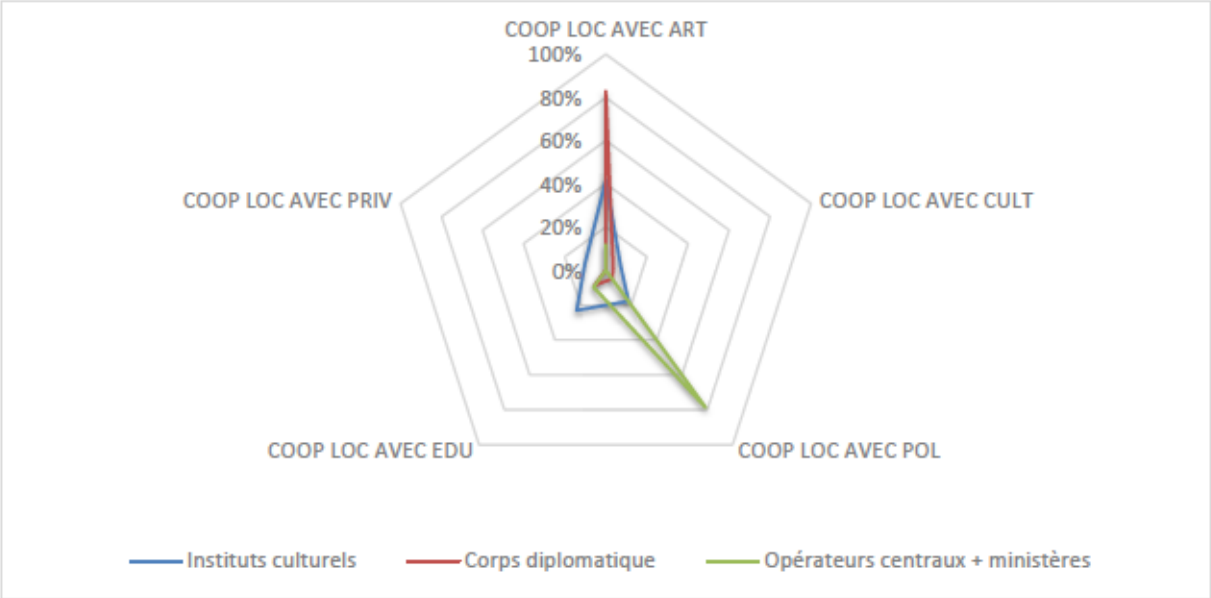
Les interviewés au sein des opérateurs centraux et ministères – c'est-à-dire le Goethe-Institut à Munich et l'institut français de Paris, ainsi qu'à la DGM du MEAE – mettent l'accent sur les partenaires politiques locaux : ils représentent environ 78% des partenaires mentionnés en fonction de la longueur des citations[136]. Dans 12% des cas, il s'agit de partenaires artistiques locaux et dans les autres 10% de partenaires au niveau éducationnel.

Les personnes interviewées au sein du corps diplomatique allemand, français ou européen – c'est-à-dire les ambassades et consulats, les SCAC-IF ou la délégation européenne – ont avant tout cité des partenaires artistiques : il s'agit de 83% des partenaires mentionnés en fonction de la longueur des citations. 9% des partenaires cités proviennent du milieu éducationnel, 5% du politique et 4% sont des partenaires dans d'autres activités culturelles.

Les instituts culturels – c'est-à-dire les alliances françaises, les antennes de l'Institut Français, les Goethe-Instituts en région et leurs partenaires de coopération – mettent quant à eux légèrement plus l'accent sur les partenaires artistiques : ils représentent environ 42% des partenaires mentionnés en fonction de la longueur des citations. Dans 23% des cas il s'agit de partenaires éducationnels, dans 18% des cas de partenaires politiques, dans 10% des cas de partenaires privés et dans 7% des cas de partenaires culturels, autres qu'artistique.

[136] Voir le détail de la méthode 4.0.5.5.3

Figure 53 Coopérations locales en fonction du type d'institution

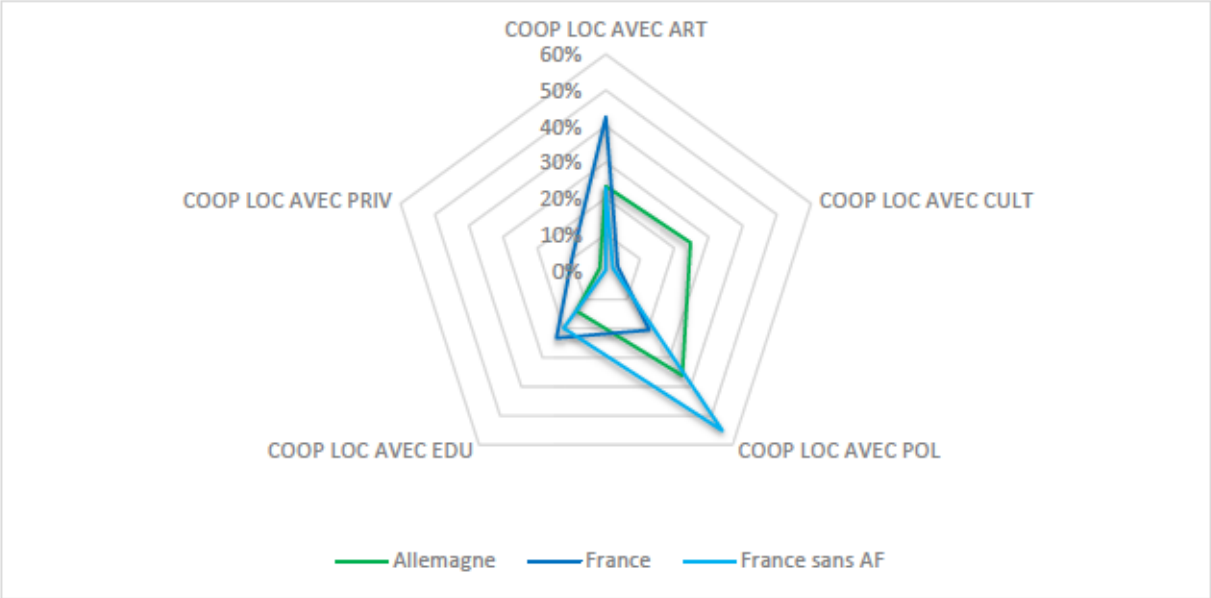


Les acteurs de l'action culturelle à l'étranger du côté allemand et du français n'ont proportionnellement pas cité les mêmes catégories de partenaires. Du côté allemand c'est la catégorie des partenaires politiques qui est la plus représentée avec 36% des partenaires cités en fonction de la longueur des citations. Viennent ensuite les partenaires culturels autres que artistiques avec 25%, puis les partenaires artistiques avec 23%, les partenaires éducationnels avec 14% et enfin les partenaires privés avec 2%.

Du côté français la catégorie des partenaires artistiques représente 43% des partenaires mentionnés en fonction de la longueur des citations. Viennent ensuite les partenaires dans le milieu éducationnels avec 23%, puis les partenaires politiques avec 21% et enfin les partenaires privés avec 10% et culturels, autres qu'artistiques avec 4%.

À ce niveau, les personnes interviewées dans les Alliances françaises ont plus détaillé la liste de leurs partenaires et influencent fortement les résultats, que ce soient les partenaires cités en fonction des institutions, comme en fonction des pays. Sans ces derniers, ce sont plutôt les partenaires politiques qui arrivent en première place avec 55% des partenaires cités en fonction de la longueur des citations, puis les partenaires artistiques avec 23%, les partenaires éducationnels avec 20% et les partenaires culturels autres qu'artistiques avec 2%. Dans cette configuration les acteurs de l'action culturelle à l'étranger du côté allemand et du français ont cité proportionnellement les mêmes acteurs, à l'exception des partenaires culturels autres qu'artistiques – avant tout cités par les partenaires de coopération des Goethe-Instituts.

Figure 54 Coopérations locales en fonction du pays représenté par les institutions



4.3.2. Coopérations locales du point de vue des instituts culturels

4.3.2.1. Rapports entre instituts et partenaires culturels

Après avoir évoqué ce tour d'horizon des partenaires locaux, il est nécessaire de préciser que tous les acteurs locaux ne sont pas pertinents (2.12. [7831:7940]). Selon L'attaché scientifique au SCAC Etats-Unis il faut se poser les bonnes questions dans le choix des partenaires avec lesquels on s'engage :

> **Par quel bout commencer ? Par qui commencer ? Puis, une fois qu'on s'engage auprès d'un partenaire [il faut] tenir nos promesses. On ne peut certainement pas satisfaire tout le monde. Faire cela d'une manière agréable et acceptable, ça reste une difficulté, un défi du quotidien. (2.12. [8033:8336])**

Trouver des partenaires locaux s'avèrent donc est une tâche difficile mais indispensable à tout institut culturel (2.19. [4714:4762] ; 2.26. [10246:10324] ; 2.37. [13842:13940]). Ces derniers ne travaillent jamais seuls (2.20. [14213:14411]& [14414:14496] ; 2.26. [1421:1670]), mais toujours en partenariats avec des structures locales (2.22. [18498:18660]). Le responsable au Goethe-Institut de Novossibirsk prend même cette nécessité comme un avantage (2.40. [7375:7437]). Le fait d'avoir un partenaire culturel « puissant » permet par exemple d'avoir une portée plus étendue et « une grosse force de frappe » (2.26. ([5497:5889]). Encore faut-il que les partenaires aient les mêmes désirs et les mêmes buts que l'institut. Le responsable à l'Alliance Française de Nijni-Novgorody ajoute à cela qu'il faut « un partage contractuel qui est bien défini au départ » avec les établissements (2.26. [6202:6371]). Ceci est aussi souligné par le responsable au Centre culturel allemand et européen de Nijni Novgorod (2.27. [7793:8314]).

Pour nouer un lien avec des partenaires, le responsable à l'Institut Français de Saint-Pétersbourg a tout d'abord fait « le tour des partenaires qui travaillent déjà avec l'Institut, puis regarde un peu ce qui se passe, quel est le paysage », il commence alors « à rencontrer un certains nombres d'autres personnes » (2.21. [4230:4479]). Lorsque les liens commencent à se tisser, les contacts sont plus fréquents et des réunions peuvent avoir lieu (2.19. [8873:8941]). Le responsable au Humboldt-Zentrum à Irkoutsk déclare qu'une certaine « loyauté » envers l'institut et l'Allemagne s'installe progressivement de la part des partenaires (2.37. [18111:18247]). Le VIA à l'Alliance Française de Vladivostok affirme que les partenariats s'inscrivent dans une durée longue (2.19. [8513:8583]). Le porte-parole à délégation de L'UE en Russie[137] et le responsable à l'Alliance Française de Nijni-Novgorod précisent au contraire qu'elles n'ont pas de partenariats systématiques sur le temps long à l'échelon local (2.20. [15385:15598] ; 2.26. [7509:7630]). Le VIA à l'Alliance Française de Kazan[138] explique cela par les relations entre directeurs qui peuvent variées dès qu'il y a un changement de poste :

> « C'est variable en fonction des nouveaux directeurs. Dès qu'un directeur change, les relations avec les partenariats se modifient aussi. Et ça change tous les deux, trois ans. Je sais qu'il y a quelques années, on était en partenariat avec un grand hôtel Le Radisson. Ça s'est modifié à la suite d'un changement de directeur. Ça peut être l'une des difficultés qu'on peut rencontrer. Finalement, les changements de direction vont directement influencer nos relations entre les partenaires et qui va faire qu'on va en perdre vont retrouver d'autres en renouer avec d'anciens partenaires. » (2.28. [10249:10834])

Le responsable à l'Alliance Française d'Irkoutsk estime toutefois que les rapports entre l'Alliance française et les partenaires culturels locaux sont bons (2.38. [10021:10041]). Même constat chez le responsable au Goethe-Institut de Novossibirsk (2.40. [20803:20835]) qui affirme que l'institut a « des relations de partenariat avec la plupart des grandes institutions de la ville, du moins avec celles qui travaillent dans le domaine de l'art contemporain » (2.40. [20836:21015]). Ces dernières sont très ouvertes en termes de coopérations (2.40. [5861:5929]). Le directeur du Goethe-Institut de Novossibirsk déclare toutefois que :

> « La difficulté réside dans le fait que notre objectif est [...] que nous travaillons sur un pied d'égalité, qu'il s'agit en quelque sorte d'une coopération équitable, que les deux parties en retirent quelque chose. Dans la pratique, ce n'est souvent pas très facile. C'est lié, entre autres, aux finances. [...] Lorsque nous réalisons un projet, l'argent provient souvent exclusivement de partenaires allemands. [...] Cela conduit automatiquement à un certain déséquilibre. Même si on

[137] Porte-parole, chef de la section presse et information à la délégation de L'UE en Russie (Annexes – 2.20.)

[138] Assistante Volontariat International Administratif, chargé de programmation culturelle, Alliance Française de Kazan (Annexes – 2.28.)

> essaye de l'atténuer dans la pratique, un déséquilibre peut se produire à cause de ce genre de choses. »[139] (2.40. [22337:22661])

Dans la même problématique, le responsable à l'antenne de Saint-Pétersbourg ne souhaite pas que l'Institut français soit perçu uniquement comme un guichet – ce qui peut être parfois le cas (2.22 [1257:1455]). L'Institut se doit d'être aussi « force de proposition »[140].

Parmi les autres difficultés, il est fait mention de partenaires souvent très pris et chargés (2.12. [7940:8030]), de partenaires dans différents secteurs d'activités : une difficulté liée à la dichotomie entre institutions commerciales et non-commerciales (2.37. [17786:17861]). Élisa Cespedes affirme aussi que trouver des partenaires fiables s'avère d'une grande difficulté :

> « On se retrouve souvent avec des difficultés vis à vis des partenaires, on a des difficultés à trouver parfois des partenaires qui sont fiables et on se retrouve toujours à devoir tout réorganiser même si on a toujours les mêmes partenaires. On a toujours les mêmes problèmes à les suivre, rien n'est vraiment acquis. » (2.28. [2461:3057])

Il arrive aussi que des désaccords surgissent :

> « Il existe un désaccord entre le réseau linguistique francophone et la direction de l'université pour cause de corruption au sein de l'université. »[141] (3.47 [1618:1771])

À l'échelle du pays, les acteurs de l'action culturelle de l'Allemagne et de la France en Russie affirment bénéficier d'une longue présence dans le pays (2.1. [653:867] ; 2.3. [17:202] ; 2.16. [2002:2064]) et de coopérations très intenses (2.9. [22576:22814]). Ariane Rousselier parle aussi d'une culture commune qui lie la France et la Russie (2.16. [2065:2089]). Le maitre de conférence à l'université fédérale Balte[142] estime aussi que les relations culturelles entre l'UE et ses États membres d'un côté et la Russie de l'autre sont bonnes « si c'est bien fait » (2.6. [195:322]).

La collaboration avec le ministère des affaires étrangères russe semble être une donne inévitable mais très utile pour les instituts culturels : pour des conseils au niveau juridique par exemple (2.40. [25435:25704]). Il se montre aussi plus ouvert aux coopérations que certaines autres institutions (2.20. [23062:23275]). Il existe donc

---

[139] Traduit de l'allemand par l'auteur : « Die Schwierigkeit liegt darin, dass unsere Zielsetzung ist [...] dass man auf Augenhöhe arbeiten, dass es irgendwie eine gleichberechtigte Kooperation ist, dass beide Seiten was davon rausnehmen. Das ist in der Praxis oft nicht ganz einfach, was unter anderem mit Finanzen zu tun hat. [...] Wenn wir ein Projekt machen, kommen die Gelder oft ausschließlich von deutschen Partnern. [...] Das führt automatisch zu einem gewissen Ungleichgewicht. Auch wenn man versucht, das in der Praxis irgendwie auszublenden, kann das ein bisschen, kann da ein Ungleichgewicht reinkommen durch solche Dinge. »

[140] Se reporter aussi à la note d'observation 3.32 [1257:1455] : « L'aspect intéressant du projet paysages sonores montre que l'Institut français, comme le souligne son directeur, n'est pas qu'un guichet pour des projets divers mais est aussi force de proposition. »

[141] Note d'observations

[142] Maitre de conférence à l'université fédérale Balte (Annexes – 2.6.)

des différences d'affinités au sein de l'administration russe vis-à-vis des instituts culturels et de l'Europe (2.20. [23276:23423]).

À titre anecdotique, le porte-parole à délégation de L'UE en Russie dénote une obsession pour les projets sur la seconde guerre mondiale de la part de ses homologues russes (2.20. [16611:16919]&[17716:17941]).

4.3.2.2. Coopérations lors de projets en commun

À propos des projets que les instituts culturels et leurs partenaires ont en commun le responsable à l'Alliance Française d'Irkoutsk parle d'un « partenariat en nature » : les partenaires les aident à organiser des évènements, parfois à loger des artistes gratuitement (2.38. [1568:1816]). Le responsable au Goethe-Institut de Novossibirsk explique que les partenaires peuvent parfois mettre des espaces à disposition (2.40. [22915:22986]). Le responsable au Humboldt-Zentrum à Irkoutsk déclare qu'une aide financière est possible mais rare (2.37. [10085:10135]). Comme il a été vu plus haut, s'appuyer sur une structure locale présente des avantages certains. Parmi ces derniers, c'est la possibilité de toucher en plus le public de l'institution partenaire qui intéressent les instituts culturels (2.12. [5319:5558] ; 2.16. [3408:3509] ; 2.40. [7438:7779]). Collaborer avec une structure suffisamment puissante et indépendante permet de s'assurer la réalisation d'un projet sans problèmes administratives supplémentaires (2.20. [14987:15299]), ce qui peut arriver avec d'autres partenaires (2.20. [14605:14687]). Enfin, lorsque le partenaire n'est pas lui-même dynamique et connu, il arrive que l'évènement puisse « faire flop » (2.26. [4416:4628]&[5115:5494]).

Comment marche exactement le mécanisme de coopération pour les projets ? Le responsable au Goethe-Institut de Novossibirsk explique que les demandes peuvent provenir des partenaires (2.40. [21320:21735]) comme des instituts (2.40. [21737:22099]). Pour proposer un projet le responsable à l'Alliance Française d'Irkoutsk convie les directions des partenaires et discute avec de l'intérêt du projet (2.38. [10197:10351]). Le responsable au Humboldt-Zentrum à Irkoutsk précise qu'il est important de parler clairement de son projet pour obtenir de l'aide de ses partenaires (2.37. [18249:18429]). Un autre enjeu majeur des discussions est celui du partage des tâches et des moyens entre instituts et partenaires qui doit être bien défini au départ (2.26. [6307:6371]) pour éviter des confusions par la suite (2.28. [3927:4028]). Il peut exister des tensions à gérer entre les deux parties (2.26. [19631:19665]), notamment en cas de retard sur le projet (2.26. [19544:19665]). Certains projets peuvent aussi « tomber à l'eau » (2.28. [4719:4922]).

4.3.3. Coopérations locales du point de vue des partenaires culturels

4.3.3.1. Problématiques des partenaires culturels

Avant de passer au point de vue des partenaires culturels sur leurs coopérations avec les instituts, peut-être est-il nécessaire de mentionner les problématiques de leurs institutions qu'ils ont évoqué lors des entretiens.

Le gérant d'un restaurant à Irkoutsk évoque un dynamisme qui s'est créé depuis son arrivée dans une des rues principales de la ville : d'autres restaurants ont ouvert (2.43. [524:669]), certains ont imité son concept innovant de terrasse d'été (2.43. [391:467]&[468:522]), tout cela a contribué à la réhabilitation de cette rue. De plus le restaurant est imbriqué dans différents réseaux, dont un pour un diner caritatif (2.43. [1019:1112]).

Lors de la conférence « coproduction internationale »[143] les établissements culturels européens ont relevé quelques difficultés à la coopération avec leurs homologues russes : la problématique de la distance dans un pays résolument vaste (2.29-32. [220:229]), les visas (2.29-32. [156:219]), le peu de connaissance de la vie culturelle russe en Europe occidentale (2.29-32. [231:285]) et certains obstacles administratifs et financiers : par exemple il n'y a pas d'argent disponible pour une coproduction internationale dans les subventions publiques (2.29-32. [55:155]).

L'archiviste au centre national d'art contemporain[144] utilise une manifestation internationale de plus grande envergure pour insérer ses projets scientifiques (2.18. [1421:1506]&[1393:1418]). Cela permet de montrer un statut international (2.18. [1583:1629]) et de montrer ses recherches aux institutions culturelles à l'étranger (2.18. [1633:1677]). L'archiviste affirme toutefois qu'elle a des moyens limités pour mettre en place ses projets (2.18. [3023:3101]). C'est surtout du côté administratif qu'elle rencontre le plus de difficultés : elle affirme que son centre d'art a connu une perte d'indépendance financière et en termes de direction artistique depuis son rattachement à un consortium intermuséal plus large et directement affilié au ministère de la culture (2.18. [706:944]). L'archiviste y retrouve une certaine forme de censure (2.18. [945:987]) : il y a une différence faite par le ministère de la culture entre l'art « actuel » et « contemporain » comme autrefois entre l'art « officiel » et « non-officiel » (2.18. [988:1098]). Certains partenariats, comme avec le British Council ou des fonds américains, sont aussi interdits (2.18. [3224:3316]). Pour elle, les structures culturelles privées sont plus libres dans leurs choix artistiques et partenariaux (2.18. [1194:1287]).

---

143 Voir notes d'observations 3.30
144 Archiviste au centre national d'art contemporain (Annexes – 2.18.)

Malgré les limites budgétaires de son département au sein de la bibliothèque (2.45. [7857:7898]&[7909:7986]) et malgré certains interdits (2.45. [7900:7907]& [7987:8025]), Le responsable à la bibliothèque d'Irkoutsk reste optimiste quant à la réalisation d'un projet :

> « Si on veut, on peut toujours trouver des possibilités de le réaliser. On est des gens qui ont de l'imagination, des capacités intellectuelles développées. On trouve toujours un moyen d'atteindre nos objectifs »[145] (2.45. [8026:8172]).

4.3.3.2. Rapports entre partenaires culturels et instituts

Les partenaires décrivent leurs relations avec l'institut comme « excellents » (2.23. [337:375]), « intenses » (2.45. [9114:9248]&[8744:8808]), « chaleureux » (18. [2211:2259]), « simples » (2.45. [9114:9248]), « sans problème particulier » (2.42. [1714:1777] ; 2.45. [7818:7856]), avec une « reconnaissance mutuelle » (2.18. [2299:2324]).

Le coordinateur du Festival Tchekhov[146] affirme même que l'Institut français est « le chouchou » du festival Tchékhov (2.23. [109:166]). Le chargé de programmation à « Pobeda » de Novossibirsk[147] est elle-même francophile (2.42. [1806:1848]). Les relations sont marquées par des contacts personnels entre les différentes directions (2.18. [1680:1813]&[3003:3022] ; 2.23. [16:107] ; 2.42. [752:846] &[1779:1804]). Si le chargé de programmation veut proposer un projet « elle en parle avec la directrice par des canaux personnels et privilégiés (WhatsApp) et vice et versa, si l'Alliance Française a un projet » (2.42. [847:1009]).

L'archiviste au centre national d'art contemporain dit avoir un partenariat de longue durée avec les instituts culturels de l'Allemagne et de la France (2.18. [2325:2353]&[2921:3001]). Toutefois il s'agit rarement de partenaires stratégiques, c.à.d. avec un financement régulier pour l'institution (2.18. [2660:2767]). Pour certains projets francophones ou germanophones il n'existe pas toujours de collaborations directes avec les instituts culturels (2.42. [1231:1376]&[1522:1645]).

4.3.3.3. Aide aux projets

Instituts et partenaires réalisent des projets de différentes natures. Le responsable à la bibliothèque d'Irkoutsk organise avec le Humboldt-Zentrum un festival de langue allemande qui présente aussi différents aspects de la culture allemande (2.45. [5919:5980]&[6299:6525]& [8280:8395]) et qui comprend un programme varié pour les enfants (2.45. [4500:4602]&[4921:5236]&[5328:5484]) ainsi que de la vulgarisation scientifique (2.45. [5981:6298]). Le responsable à la bibliothèque

---

145 Traduit du russe par l'auteur : « если мы хотим, мы найдем для этого возможности. Мы люди с фантазией, с развитой когнитивный способностью, мы найдем способ достичь своих целей. »

146 Coordinateur du Festival Tchekhov (Annexes – 2.23.)

147 Chargé de programmation du complexe culturel « Pobeda » à Novossibirsk (Annexes – 2.42.)

explique toutefois que la collaboration avec le centre a commencé par des petits projets ponctuels (2.45. [8174:8279]), il s'en est suivi de festivals, de concours et d'autres évènements en commun (2.45. [5237:5326]& [8610:8742]). Pour la réalisation du festival mentionné plus haut, la bibliothèque et le Humboldt-Zentrum ont même fait des demandes de subventions en commun (2.45. [5693:5918]).

Du côté français, le responsable à la bibliothèque d'Irkoutsk cite des projets réalisés par le passé en coopération avec les programmes culturels de l'Alliance Française (2.45. [3897:3969]& [4061:4130]) : des évènements cultuels (2.45. [3773:3840]), comme des concours de chansons françaises (2.45. [4173:4208]), des rencontres entre écrivains (2.45. [3970:4013]), ou des expositions (2.45. [4014:4059]), mais aussi un fond de collection de livres assez riche (2.45. [3714:3772]) afin de d'avoir une belle offre à proposer aux habitants de la ville (2.45. [4209:4259]). Ces derniers sont en effet très demandeurs (2.45. [9459:9523]). Ces projets permettent une promotion du français (2.45. [4130:4172]). Toutefois la bibliothèque et l'Alliance française ne font plus d'évènements ensemble pour différentes raisons (2.45. [3841:3896]), notamment à cause de la distance géographique (2.45. [10063:10177]).

En termes d'aide financière le coordinateur du Festival Tchekhov déclare que l'Institut Français « donne beaucoup par rapport à sa capacité de financement mais peu par rapport à l'ensemble du festival. » (2.23. [168:273]). L'archiviste au centre national d'art contemporain affirme au contraire que l'invitation d'une intervenante n'aurait pu se faire sans la participation du Goethe-Institut (2.18. [1859:1952]). De manière général l'art contemporain est soutenu avant tout par la diplomatie culturelle (2.18. [1099:1193]) et, d'après L'archiviste, il ne pourrait y avoir ce genre de manifestations sans les instituts (2.18. [3102:3223]).

Les instituts peuvent ainsi aider à la venue des artistes, que ce soit financièrement (2.18 [2013:2194]&[2814:2920] ; 2.23 [275:306]) ou administrativement, notamment lorsqu'il est question de visa (2.18 [2195:2209]). L'aide apportée par les instituts culturels peut être aussi au niveau promotionnel pour les évènements de ses partenaires (2.17. [4233:4354] ; 2.18 [2767:2813] ; 2.23 [308:335] ; 2.42 [1377:1519]). Enfin ils peuvent montrer aux artistes qu'ils sont en droit de demander des rémunérations (2.18. [3317:3463]), car les artistes russes ne sont pas toujours payés pour leur travail.

4.3.3.4. Avis divers

Les partenaires ont aussi partagé différents avis sur les instituts culturels. Le chargé de programmation à « Pobeda » déclare que le Goethe-Institut de Novossibirsk apporte « un véritable service culturel à la ville, avec un programme culturel de qualité et des moyens financiers qui vont avec » (2.42. [1010:1155]). Le responsable à la bibliothèque d'Irkoutsk voit peu de différences entre les instituts culturels allemand et

français à Irkoutsk (2.45. [6951:6982]). Ils travaillent dans la même direction (2.45. [6985:7182]), coopèrent étroitement et ne se font pas concurrence (2.45. [6688:6854]. Leur concurrent direct c'est plutôt l'anglais (2.45. [6855:6950]. Il y a toutefois moins de demande en matière de littérature allemande. Cette dernière est « moins sexy » (2.45. [9751:9825]). Elle trouve aussi l'Alliance française plus dynamique en matière de promotion culturelle (2.45. [7185:7512]&[7521:7680]).

4.3.4. Interprétations des coopérations locales

Les partenaires des instituts culturels au niveau local sont extrêmement divers. Il peut être question de partenaires dans des domaines artistiques, culturels, politico-administratifs, éducatifs ou dans le secteur privé/économique. Au sein même de ces catégories se trouvent des partenaires tout aussi disparates.

Selon les échelons institutionnels, les partenaires privilégiés ne sont pas les mêmes. Du côté de l'administration centrale et des opérateurs centraux, il s'agit plutôt de partenaires dans le domaine politico-administratif. Du côté du corps diplomatique, les partenaires artistiques ont été les plus cités. Sur place, les instituts culturels présentent un spectre plus varié de partenaires locaux. À ce niveau il existe moins de différentes entre les pays qu'entre les instituts : les Alliances françaises et les partenaires de coopération du Goethe-Institut ont notamment beaucoup détaillé leurs coopérations dans les domaines culturels autres qu'artistiques, éducationnels et privés.

Les instituts culturels ne travaillent jamais seuls. Trouver des partenaires tous azimuts est une tâche indispensable à leur bon fonctionnement. Toutefois, il est parfois difficile de tomber sur des partenaires pertinents, puissants et fiables. Malgré de bons rapports avec de nombreux établissements dans leur ville respective, les instituts culturels ont du mal à avoir des partenaires sur le long terme. La plupart des partenariats ne sont pas systématiques et ils peuvent se modifier selon la valse des changements de direction.

Au niveau des projets en commun entre les instituts culturels et leurs partenaires, les demandes peuvent provenir des uns comme des autres. Les propositions sont ainsi nombreuses et très diversifiées. Les instituts ne souhaitent pas s'apparenter à un guichet et veulent aussi être force de proposition. Si les aides financières des instituts restent maigres, elles sont importantes pour les petites structures, notamment dans l'art contemporain. Sans les instituts elles perdraient un soutien précieux pour monter leurs manifestations. Il arrive toutefois qu'il y ait des déséquilibres dans les rapports entre instituts et partenaires à ce niveau : il est difficile de travailler à pied d'égalité lorsque l'argent provient en majeur partie de l'institut. Ceci est notamment vrai du côté du Goethe-Institut.

Outre l'aspect financier, instituts et partenaires culturels s'entraident mutuellement sur de nombreux points : en termes d'organisation, de venues des artistes, de location, de facilitation administrative, de communication et d'attraction du public. Les rapports entre instituts culturels et partenaires sont souvent interpersonnels. Il peut y avoir quelques tensions entre eux, lorsque le partage des tâches et des moyens n'a pas été bien établi en amont. Certains projets peuvent prendre du retard, faire un fiasco, voire être abandonnés. Malgré de légères différences, les partenaires culturels trouvent que les instituts culturels de l'Allemagne et de la France ont un fonctionnement similaire.

Toujours est-il que les partenaires culturels ont leurs propres problématiques. Du point de vue de l'Europe occidentale, l'étendue du territoire russe pose problèmes, de même que les complications administratives pour venir en Russie, notamment en termes de visa. Il existe également une méconnaissance de la vie culturelle russe. Les établissements partenaires souhaitent montrer un statut international, mais sont limités par leurs capacités financières restreintes, leurs choix artistiques et partenariaux. Ceci est en partie liée à des contraintes administratives lourdes, qu'ils n'hésitent pas à contourner, parfois de manière créative.

4.4. RÉSULTATS IV – COOPÉRATIONS EUROPÉENNES

Nous clôturons l'analyse des coopérations en terminant sur l'échelon européen. Il s'agit ici de savoir si les instituts culturels des différentes nations de l'Union Européenne travaillent ensemble et de comprendre comment s'organisent les collaborations. Parmi ces dernières, l'aspect franco-allemand joue un rôle particulier. Il faut ensuite voir les apports du groupement EUNIC au niveau local et le rôle de la délégation européenne dans cette constellation. Enfin, il serait intéressant d'étudier les coopérations entre instituts culturels européens en dehors du cadre EUNIC ou lorsque ce dernier n'existe pas au niveau local.

4.4.1. Coopérations franco-allemandes

4.4.1.1. Conditions préalables à la coopération

Pour qu'il existe une coopération franco-allemande, encore faut-il que des instituts culturels de l'Allemagne et de la France sur un même lieu. Le chargé de projet à la maison germano-russe de Kaliningrad[148] et Maitre de conférence à l'université fédérale Balte rappelle qu'il n'y a pas de centre culturel français à Kaliningrad (2.5. [2097:2252] ; 2.6. [1:46]). À Vladivostok, il n'existe pas d'institut culturel allemand [13860:13900]. Celui-ci a apparemment fermé (2.19. [14974:15209]).

Même en cas de présence du partenaire, il peut s'avérer que ce dernier n'est pas très ambitieux (2.11. [2564:2647]) et ne se manifeste pas (2.11. [3094:3217]). À New-York,

[148] Chargé de projet à la Maison germano-russe de Kaliningrad (Annexes – 2.5.)

par exemple, il n'y a pas vraiment de coopérations franco-allemandes (2.11. [2196:2400]). Le responsable à la DGM explique toutefois que, si les coopérations ne sont ni actées, ni figées et dépendent des contextes locaux, elles sont globalement encouragées à tous les niveaux (2.9. [9841:9993]).

Certains interviewés insistent sur le fait que les instituts culturels de l'Allemagne et de la France ont des similarités. Tout d'abord ils ont des buts à peu près semblables (2.3. [2705:2714]), ils ciblent le même public et leurs évènements mettent l'accent sur les mêmes thèmes (2.22. [24850:25288]). Ils ont bien souvent les mêmes partenaires au niveau local (2.21. [22912:22960]). Enfin la façon de fonctionner du réseau culturel diffère peu selon le responsable au département culturel de l'ambassade d'Allemagne en Russie (2.3. [2672:2704]).

Beaucoup d'autres interviewés prétendent le contraire : il existe des différences au niveau de la structure du réseau (2.9 [4652:4820] ; 2.22.[21397:21536]), au niveau de la façon de communiquer (2.9. [9072:9455], au niveau du financement (2.27. [5468:5549]&[6593:6737] ; 2.39. [39758:40056]), au niveau de la structure juridique (2.40 [26192:26352]& [26875:27212]), au niveau des priorités thématiques (2.40. [19139:19207]) et au niveau des formes de coopération (2.12. [14658:14879]&[15045:15409]). Le responsable au Goethe-Institut de Novossibirsk trouve que la France fait plus dans la représentation et l'Allemagne dans la coopération culturelle (2.40. [28115:28238]). Il estime aussi qu'il doit y avoir un équilibre financier pour travailler ensemble (2.40. [27888:27995]). Gunther Hasenkamp ne comprend pas très bien la structure du réseau culturel français centré sur l'ambassade (2.22. [20675:20771]).

Un autre frein à la coopération franco-allemande est celui de la concurrence qui peut exister entre les deux pays dans certains domaines. Pour Le responsable au département culturel de l'ambassade d'Allemagne en Russie une compétition entre les deux pays peut se situer au niveau des apprenants pour le choix d'une seconde langue étrangère (2.3. [1203:1283]) et au niveau économique (2.3. [3284:3445]). Même constat chez le conseiller au département stratégie et évaluation du Goethe-Institut de Munich au niveau linguistique (2.9. [20301:20481]&[21977:22039]). Cependant la question de la concurrence dépend des régions : dans certains pays la question de la concurrence ne se pose pas du tout, c'est plutôt celle de la coopération qui importe (2.9. [20747:21019]). Enfin, il existe une concurrence entre l'Allemagne et la France au niveau universitaire, comme à New-York par exemple.

> « [il s'agit d']une certaine forme de concurrence, mais d'une concurrence saine. On se regarde, on se respecte, et on regarde même ce qu'on peut faire ensemble ici » (2.12. [12117:12382]).

Au contraire, d'autres interviewés ne voient pas de concurrence entre les deux pays, que ce soit au niveau culturel ou linguistique (2.1. [1029:1069] ; 2.11.

[3954:4106]&[4276:4739]). Le responsable au département culturel de l'ambassade d'Allemagne en Russie affirme que s'il existe une concurrence au niveau économique et linguistique, au niveau culturel c'est la coopération qui est de mise (2.3. [3448:3534]).

4.4.1.2. Rapports franco-allemands

L'adjoint de coopération et d'action culturelle de l'ambassade de France en Russie affirme que « l'Institut Français porte attention à ce que fait son partenaire allemand » (2.1. [954:1028] et que les rapports avec ce dernier sont bons (2.1. [871:919]). Même schéma à Saint-Pétersbourg : les directions des deux instituts se connaissent bien (2.22. [13941:14150]), les relations sont bonnes et simples (2.2. [1707:1818]&[22287:22360]). Il n'y a donc pas de difficultés particulières à signaler à ce niveau (2.22. [24718:24796]). Seul bémol : à chaque changement de direction tout le travail d'adaptation à l'autre est à refaire (2.21 [22363:22772] ; 2.22. [24799:24849]). À Saint-Pétersbourg, il existe une discontinuité chronologique entre le changement de direction allemande et française (2.22 [16163:16249]).

À Irkoutsk les directrices de l'Alliance Française du Humboldt-Zentrum estiment avoir de bons rapports (2.38. [3080:3131] ; 2.37 [15947:16064]). Le responsable au Humboldt-Zentrum à Irkoutsk déclare qu'il est simple de travailler ensemble puisque les deux instituts se ressemblent et se comprennent (2.37 [16066:16423]). L'un ou l'autre invite le partenaire allemand/français aux évènements qu'il organise (2.37 [15875:15945]). Le responsable au Goethe-Institut de Novossibirsk parle d'une relation amicale avec l'Alliance française de Novossibirsk (2.40. [18974:19080]), tout comme le responsable du centre culturel allemand et européen avec l'Alliance française de Nijni-Novgorod (2.27. [5705:5921]).

Plus loin, à New-York, le consul général « s'entend bien avec ses collègues [allemands] ». Pour Karin Gebhard, tout cela semble naturel puisqu'il s'agit d'une Allemande qui travaille au sein de l'ambassade française (2.12. [10583:10768]). Enfin à l'échelon des opérateurs centraux le responsable à l'Institut Français de Paris estime que la relation de l'Institut Français avec le Goethe-Institut est « excellente » et qu'ils travaillent très bien ensemble (2.47. [6902:7007]& [7879:7984]), avis aussi partagé par d'autres interviewés (2.9. [10221:10260] ; 2.20. [18226:18264] ; 2.22. [16250:16331]).

À cela, les interviewés ajoutent qu'ils ont des contacts très fréquents avec leurs homologues allemands ou français (2.1. [919:953] ; 2.3. [2206:2332] ; 2.8. [26073:26244] ; 2.9. [7582:7679]&[7681:7989]&[8584:8748] ; 2.10. [24226:24400] &[25212:25395] ; 2.12. [16106:16274]) à une exception près (2.2. [1046:1231]&[1000:1043]). Les rencontres peuvent se passer dans un cadre informel ou au sein de réunions durant lesquelles on a spécialement invité son homologue

allemand ou français (2.9. [8584:8748]&[8910:9069]&[9458:9618]&[9619:9836]). Le consul général à New-York déclare que le traité d'Aix-la-Chapelle vient formaliser ce qui se faisait déjà dans la pratique :

> « Le traité d'Aix la Chapelle a vraiment vocation à formaliser tout ça, notamment dans le cadre diplomatique c'est de faire en sorte qu'on se voit vraiment tous les mois, qu'on se concerte, qu'on fasse des réunions de chancellerie commune, qu'on puisse aussi échanger de temps en temps nos personnels. C'est de faire en sorte qu'il y ait une vraie solidarité de fonctionnement qui se mette en place » (2.10. [25767:26165]).

Ces contacts fréquents permettent d'amener à des réflexions en commun, par exemple sur des nouvelles formes de coopération (2.8. [25397:25924]& [26391:26949]&[26244:26390]) ou, plus concrètement, sur de nouvelles façons de penser la médiathèque (2.22. [14153:14878]).

4.4.1.3. Stratégies en commun et dimension européenne

De ces réflexions découlent donc des stratégies communes (2.1. [1073:1115]), notamment au niveau ministériel entre l'Allemagne et la France (2.8. [23509:23821] ; 2.9. [6821:6964]). Nombreux sont ceux à évoquer le fond franco-allemand (2.2. [0:770] ; 2.3 [2333:2383] ; 2.4. [445:562] ; 2.9. [2379:2522] ; 2.19.[25625:25807]) et les instituts culturels franco-allemands (2.8. [23822:24570]&[24571:24898] ; 2.9. [658:947]&[7991:8082] ; 2.47. [8266:8859]&[9123:9397]&[9653:9959]) comme outil à la réalisation de projets et de dialogue entre les instituts culturels de l'Allemagne et de la France. La responsable de la programmation culturelle au Goethe-Institut de Moscou rappelle aussi que le Goethe-Institut et l'Institut français sont des acteurs importants en Russie (2.4.[769:856]). Au niveau local, la coopération franco-allemande à l'avantage de multiplier les publics lors d'évènements culturels en commun (2.9. [6215:6334] ; 2.22. [16334:16716]).

Cependant la coopération franco-allemande ne doit pas être exclusive (2.9. [11176:11260]). Il existe une volonté de faire une triade avec la Russie pour des projets en commun (2.3. [3840:4046] ; 2.4. [686:752]). Les liens culturels entre ces trois pays sont en effet très proches (2.3. [3716:4046] ; 2.5. [775:959]). La coopération franco-allemande sert d'ailleurs de prémices à la diplomatie culturelle européenne (2.9. [3114:3228]&[11095:11176] ; 2.10. [25662:25764]. 2.40. [27998:28113]) :

> « Je [...] vois [le tandem franco-allemand] relativement actif, avec des propositions un peu en avant garde d'instituts intégrés qui vont peut-être ouvrir la voie à d'autres colocalisations. Et là, ils pourront gérer par exemple des projets européens de la délégation de l'Union européenne. Ça, ça sera intéressant pour l'avenir. » (2.9. [10385:10682])

Il existe aussi une coopération franco-allemande intensive à EUNIC pour mettre en place des projets (2.4. [124:207] ; 2.9. [6967:7113]&[8082:8357]) ce qui permet de mieux « structurer EUNIC » (2.9. [8358:8581]).

4.4.1.4. Projets en commun

Il existe ainsi une multitude de projets franco-allemande dans les domaines culturels et artistiques. Les interviewés ne manquent pas de les lister. 25 citations chez 13 interviewés ont été ainsi relevées. 8 d'entre elles relatent seulement le fait que les instituts culturels de l'Allemagne et de la France organisent des projets ensemble sans plus spécifier. 6 citations détaillent la thématique des projets : « Cultural Entrepreneurship » (2.8. [23075:23296]), cinéma, mobilité (2.9. [2928:3113]), le débat d'idées, la liberté d'expression, mais aussi le plurilinguisme, les cours (2.9. [1736:1942]), le changement climatique, la politique scientifique, politiques de la ville, les migrations (2.9. [6337:6753]), élections européennes, antisémitisme (2.10. [24402:24903]) et égalité de genre (2.10. [24997:25211]). Enfin, 11 citations relatent un évènement spécifique : il peut s'agir d'une soirée franco-allemande pour Noel (2.3. [2510:2671]), d'un concert de Hip-Hop (2.4. [563:685]), du prix franco-allemand des droits de l'homme (2.9. [1566:1942]), de la projection d'un film, d'une conférence (2.21. [23124:23447]), d'un salon du livre (2.37. [15749:15874] ; 2.38.[3200:3412]), d'une soirée de poésie (2.37. [16424:16719] ; 2.38.[3723:3831]) ou d'un voyage d'auteurs à travers la Russie (2.40. [19265:19459]).

D'un autre côté, 16 citations de 10 interviewés relatent qu'il y a toutefois peu d'évènements ou de projets organisés ensemble. Par exemple le responsable au département culturel de l'ambassade d'Allemagne en Russie déclare que les outils sont là, notamment le fond franco-allemand, mais que la thématique n'est pas toujours facile à trouver (2.3. [2333:2509]). Le responsable à l'Institut Français de Saint-Pétersbourg fait des petits projets franco-allemands, mais n'a jamais monté un gros projet (2.21. [23026:23123]). À Novossibirsk, Le responsable au Goethe-Institut de Novossibirsk parle seulement de coopérations ponctuelles (2.40. [19209:19262]) : il y aurait plus de possibilités avec un Institut Français (2.40. [19460:19602]).

Enfin, les projets franco-allemands peuvent s'appuyer sur des fonds européens (2.9. [2523:2658] ; 2.47. [7106:7263]) ou sur le cadre EUNIC (2.3. [3591:3615] ; 2.9. [2722:2925]) que nous abordons maintenant.

4.4.2. EUNIC et délégation européenne

4.4.2.1. Organisation d'EUNIC

L'EUNIC est autoorganisé par les responsables des instituts ou services culturels de certains États membres sur place (2.20. [8025:8065]). Le financement des projets provient en partie de Bruxelles (2.20. [4665:4712]&[7153:7294]&[13121:13234]). À ce niveau L'UE et l'administration centrale des pays membres, notamment la France, tentent de faire monter les crédits (2.9. [10685:10822]). Des objectifs communs sont fixés par les groupes EUNIC sur place (2.9. [5738:5903]). Il est fait mention d'un lead allemand dans la gestion du groupement EUNIC : ils sont plus volontaires (2.21

[28573:28771]) et ont un meilleur savoir-faire (2.47. [7267:7583]) selon leurs homologues français. À Saint-Pétersbourg c'est effectivement l'Allemagne qui gère et représente le groupement EUNIC (2.20. [13802:13993]), le directeur du Goethe-Institut y est très impliqué (2.21. [23535:23779]).

Dans certains pays, les clusters EUNIC ont tout de suite très bien marchés (2.9. [3677:3863]) dans d'autres pays il arrive qu'ils soient « faignants » (2.20. [7854:7896]), « mal organisés » (2.20. [7897:7916]) et, ainsi, ne peuvent travailler ensemble (2.20. [7804:7853]). L'avantage de Moscou pour réaliser une action culturelle européenne coordonnée est que toutes les représentations des États membres de l'UE y sont présents (2.20. [4029:4148]). Le porte-parole à délégation de L'UE en Russie déclare que les instituts culturels des différents États membres de l'UE en Russie ont des moyens (2.20. [4403:4409]), une propre logistique (2.20. [4349:4402]) et des idées (2.20. [4410:4427]). Toutefois les instituts culturels nationaux poursuivent leurs propres agendas (2.20. [4517:4548]&[8672:8926]) et préfèrent réserver leur budget pour leur programmation (2.20. [4429:4516] ; 2.21. [25329:25423]). Ainsi, la première des « stratégies » selon le responsable au Goethe-Institut de Saint-Pétersbourg consiste en la mobilisation d'un peu de ressources dans la structure EUNIC de la part de ses membres (2.22. [10661:10896]).

Le responsable à l'Institut Français de Saint-Pétersbourg trouve que l'idée d'EUNIC est bonne et il avait beaucoup d'attentes en arrivant à Saint-Pétersbourg (2.21. [24018:24153]). Pourtant l'expérience ne l'a pas satisfaite (2.21. [23906:23974]) : il s'agit d'un dispositif lourd (2.21. [23976:24017]) qui demande beaucoup d'énergie pour pas grand-chose (2.21. [25694:25896]& [26447:26804]&[28772:28941]). Bien qu'il n'y ait pas de groupement EUNIC à Novossibirsk, le responsable au Goethe-Institut de Novossibirsk dresse un constat similaire (2.40. [27781:27885]).

Une des raisons de la lourdeur de ce dispositif est liée au fait qu'on y retrouve à la fois des instituts culturels, des consulats, des attachés culturels etc. (2.10. [22829:23033] ; 2.20. [12109:12372]) qui n'ont pas les mêmes missions, le même savoir-faire (2.21. [24825:25111]), la même appréhension du soft power (2.14. [287:328]) ou la même politique vis-à-vis de la Russie (2.14. [1072:1133]&[215:287]). Le responsable à l'Institut Français de Saint-Pétersbourg trouve qu'avec les consulats « on est vraiment beaucoup trop souvent dans le cliché, dans le mauvais projet » (2.21. [25428:25692]). Le responsable au Goethe-Institut de Saint-Pétersbourg partage ce constat et ajoute à cela que les consules ont bien d'autres tâches et pas suffisamment de ressources et de temps pour les projets purement culturels (2.22. [23737:24635]). Le coordinateur EUNIC déclare à ce sujet que leurs projets « reflètent les points

communs des objectifs de diplomatie culturelle de nos membres actifs. » [149] (14. [380:472]). Le porte-parole à délégation de L'UE en Russie émet l'avis que le groupement EUNIC fonctionne mieux lors qu'il y a moins de membres (2.20. [8593:8670]). La situation est ainsi meilleure à Saint-Pétersbourg qu'à Moscou (2.20. [11556:11655]).

4.4.2.2. Communication et stratégies

Une autre raison de la lourdeur du dispositif est liée aux problèmes de communication.

Le responsable à la DGM rappelle que le groupement EUNIC est tout d'abord un lieu de rapprochement et non d'intégration (2.9. [3866:4158]). Le cluster sert donc à la fois de coordination et de coopération pour les instituts et services culturels (2.14. [329:379]). Le porte-parole à délégation de L'UE en Russie trouve que la communication en soi est bonne (2.20. [9109:9140]) : on se voit beaucoup [396:442]), on y discute beaucoup (2.21 [25112:25316] ; 2.22. [11064:11220]&[13791:13938]), chacun participe (2.2. [1482:1513]). On a les mêmes problématiques (2.21 [27257:27456]) et les mêmes valeurs (2.21. [25900:25953]). Il existe même un groupe Facebook pour communiquer à l'extérieur (2.22. [11223:11670]). Mais « Cela n'est pas suffisant pour agir ensemble » selon le responsable à l'Institut Français de Saint-Pétersbourg (2.21. [25953:25997]).

Le Goethe-Institut de Saint-Pétersbourg, en tant que président du cluster EUNIC, investi déjà beaucoup de temps rien que pour la communication en interne (2.22. [10896:11062]). Le responsable à l'Institut Français de Saint-Pétersbourg résume de manière caricaturale les difficultés de communication au sein du groupe EUNIC :

> « Ça, on ne le fait pas parce que, quand on doit discuter de cela, certains disent : « Ah moi, je voudrais bien participer aussi » du côté Hongrois, Lituanien et je ne sais pas quoi. Très bien ! Mais il faut tout réexpliquer, ça devient juste un enfer. Ce n'est pas : « Moi, je veux participer aussi », ce n'est pas comme ça que les choses marchent. Je vous promets que je ne fais pas de caricature, c'est comme ça que les choses me paraissent en tout cas susceptibles de dysfonctionnement. » (2.21. [27722:28215]).

4.4.2.3. Projets en commun

Les projets du groupe EUNIC doivent avoir une dimension européenne (2.20. [4549:4664]) et pas seulement franco-allemand, par exemple (2.20. [7295:7483]). Toutefois, il suffit d'être trois pour pouvoir dire que c'est un projet EUNIC (2.21. [26808:27254&[27458:27720]). Dans les évènements en commun c'est souvent la plupart des membres d'EUNIC ensemble qui monte le projet, que ce soit pour une présentation des pays par le biais de master-class, concerts, discussions et expositions

[149] Traduit de l'anglais par l'auteur : « Our projects reflect the common points in the cultural diplomacy aims of our active members. »

à l'Hermitage (2.2. [1401:1481] ; 2.20. [12480:13015] ; 2.21. [24516:24752]), une exposition de BD de différents pays (2.20. [7486:7800]) ou une série de concerts avec des groupes de chaque État membre (2. 22. [11953:12527]&[12530:12807]& [11673:11951]). Chacun y met du sien (2.20. [13347:13430]&[17635:17715]) et est content de participer (2.21. [24753:24822]). L'avantage de tels évènements est de pouvoir multiplier les publics de chaque institut (2.10. [22179:22415] ; 2.20. [13016:13118] ; 2.22. [16717:16912]), qu'il soit russe ou étranger (2.2. [1556:1611]).

La complexité réside dans le choix de la thématique du projets (2.20. [7065:7152]) la coordination de toutes les entités y participant avec en plus des partenaires russes (2.14. [815:887]). Les projets peuvent avoir un caractère probatoire (2.22. [12810:12861]). Le timing pour soumettre un projet peut être parfois cours (2.21. [23780:23903]&[28217:28354]). Le porte-parole à délégation de L'UE en Russie remarque qu'il n'y a encore rien de concret du côté de Moscou (2.20. [7916:7952]&[9141:9353]&[11656:12066]). Le responsable à l'Institut Français de Saint-Pétersbourg déclare qu'en quatre ans il n'a pas vu un seul projet EUNIC issu d'un appel d'offre à Saint-Pétersbourg (2.21. [28355:28570]). Finalement tout cela demande beaucoup d'énergie mais a peu d'impact :

> « Le danger principal que je voie surtout, c'est qu'on se parle entre nous, on fait une chose – il y a eu des tentatives autour de l'écologie – très bien, puis qui ont réuni ? Quel public ? Cinq personnes du consulat Machin trois personnes du consulat Truc, quinze du Goethe, vingt-cinq de l'Institut danois, et puis voilà, on a fait un magnifique projet sur l'écologie. Mais on s'en fout, tout le monde s'en fout, ça ne fera avancer rien du tout » (2.21.[25999:26444]).

4.4.2.4. Rôle de la délégation européenne

La délégation européenne est souvent en contact avec les membres de l'UE dans le cadre de projets culturels de dimension européenne (2.3. [2926:3189] ; 2.20. [5391:5623]&[6636:6796]). Elle coopère avec eux (2.20. [3926:3978]) ou les soutient financièrement (2.20. [2380:3011]&[6982:7018]). Il existe aussi des coopérations culturelles directement en lien avec la relation Russo-européenne, souvent à travers des partenaires tiers (2.20. [4787:5043]&[16524:16975]).

Toutefois, la délégation européenne utilise beaucoup plus la plateforme EUNIC pour communiquer et coopérer avec les États membres (2.20. [5257:5387]&[6834:7018]&[7956:8102]). Lors de réunions du groupe EUNIC le porte-parole à délégation de L'UE en Russie apporte « les derniers évènements en matière de culture, toutes les nouvelles qu'[elle] reçoit de Bruxelles »[150] (2.20. [12373:12478]), dont un projet récent : celui des *european space of culture*[151] (2.20. [5626:5923]).

---

[150] Traduit de l'anglais par l'auteur : « [Every time I go there, I brief them] on the latest developments on culture, any news I get from Brussels. »

[151] Voir État des lieux 4.1.2.4.

Le responsable au département culturel de l'ambassade d'Allemagne en Russie discute avec la délégation européenne « des taxes en Russie, des arrestations de réalisateurs de film, de la disposition du partenaire russe à discuter etc. »[152] (2.3. [2926:3189]). Le porte-parole à délégation de L'UE en Russie déclare toutefois que les relations interpersonnelles jouent un grand rôle dans les coopérations européennes : par exemple, le conseiller culturel suédois la connait bien et l'invite aux réunions EUNIC qu'il préside (2.20. [8146:8259]).

> « Ça dépend des personnes, comme toujours »[153] (2.20. [8103:8145]).

La délégation européenne a nettement moins de capacité que ce soit au niveau de son réseau, de ses finances et de son personnel que l'Allemagne ou la France (2.20. [18267:18481]), l'UE n'a pas sa « propre culture, il s'agit de la culture des États membres » [154] (2.20. [3786:3906]). Il faut donc jouer sur une double identité européenne-nationale :

> « C'est comme ton identité. Tu viens de France, de Bretagne. Donc, tu es à la fois breton et français. Pour toi, c'est la même histoire »[155] (2.20. [3014:3432]).

En dernier lieu, la principale difficulté de la délégation européenne en matière de culture est qu'elle n'a pas de compétences dans ce domaine (2.20. [1987:2082]), il n'y a pas d' « institut culturel de l'Europe » (2.3. [2718:2816]). La compétence culturelle peut-être parfois dérivée de d'autres entrées au Service Européen pour l'Action Extérieure, comme les politiques d'informations sociales par exemple. Le coordinateur EUNIC insiste toutefois que « les échanges culturels sont en fin de compte une question bilatérale »[156] (2.14. [1520:1755]).

4.4.3. Coopérations entres instituts culturels européens en dehors d'EUNIC

4.4.3.1. Organisation

Malgré la présence de plusieurs acteurs de la diplomatie culturelle parmi les différents États membres de l'UE, il se peut qu'il n'y ait pas de structure EUNIC, ou que ces acteurs n'en soient pas informés, comme à New-York par exemple[157] (2.10. [23291:23951]). La coopération dépend ainsi « des uns et des autres, elle se fait de façon assez ad hoc plutôt que de façon structurée et régulière » (2.10. [23389:23546]). La coopération se repose sur un ou des partenaires européens actifs (2.5. [1566:1697]).

---

[152] Traduit de l'allemand par l'auteur : « Gebühren aus Russland, Arreste von Filmregisseuren, Bereitschaft für Diskussionen usw. »

[153] Traduit de l'anglais par l'auteur : « it's dépend on people, as always »

[154] Traduit de l'anglais par l'auteur : « we don't have our own culture is actually the culture of our member state. »

[155] Traduit de l'anglais par l'auteur : « It's like your identity. You're from in France, from Brittany. So, you are both Breton and French. For you is the same story. »

[156] Traduit de l'anglais par l'auteur : « At the end of the day cultural exchange is a bilateral question »

[157] Il existe effectivement un EUNIC à New-York : https://www.eunicglobal.eu/projects/usa-new-york

Un autre problème de taille à la coopération européenne est lorsqu'il n'y a aucun autre partenaire européen (2.16. [16161:16234]&[16399:16454]) ou seulement un seul – généralement allemand ou français (2.37. [9766:9871]& [17044:17101])

4.4.3.2. Entre coopération et concurrence

La coopération européenne fait partie des objectifs principaux de l'administration centrale et des opérateurs centraux de l'Allemagne et de la France (2.8. [1816:1892]&[6709:6803]&[23321:23508]&[24899:25074]). Les instituts sur place ne s'en privent généralement pas (2.27. [6024:6203]&[6509:6592]) et organisent des évènements en commun : des tables rondes entre les instituts Français, Polonais et Européens à Leipzig (2.7. [4295:4387]), des programmes conjoints franco-italiens sur la Renaissance (2.10. [19837:20344]), une « European tech night » avec des entrepreneurs européens (2.10. [21742:22178]&[22528:22826]), un festival de cinéma européen (2.11. [3356:3454] ; 2.12 [10772:10970]) ou encore une nuit philosophique avec des intervenants américain et européens à New-York (2.12. [10974:11662]). Ces regroupements permettent de limiter une offre culturelle saturée par tous les évènements des différents instituts culturels européens (2.10. [22331:22416]).

L'attaché scientifique au SCAC Etats-Unis explique qu'il existe en effet des intérêts et des valeurs communs entre tous les acteurs européens en matière d'action culturelle (2.12. [12299:12564]). Toutefois elle ne trouve pas que la coopération européenne soit intensive, du moins à New-York (2.12. [10550:10580]). Le consul général à New-York affirme même qu'une forme de concurrence entre les pays européens existe à New-York « parce qu'on a le même type de dispositif. On a aussi des histoires et évidemment, un patrimoine culturel qui est parfois très proche » (2.10. [9238:10094]). Les compétiteurs sont donc Britanniques au niveau économique (2.10. [9238:10094], Italiens au niveau culturel (2.10. [10208:10514]&[10796:11111]), Espagnols mais aussi Chinois (2.10. [11113:11563]) au niveau linguistique. Le responsable à l'Alliance Française de New-York parle de « pré-carré » dans le domaine culturel (2.11. [3732:3951]) :

> **« Chacun a son fonds de commerce. Par exemple si L'Oréal nous donne un support, ils ne vont pas le donner aux Allemands, à moins que ce soit quelque chose de particulier » (2.11. [4107:4274]).**

Le conseiller au département stratégie et évaluation du Goethe-Institut de Munich affirme toutefois que suivant les contextes, les instituts culturels des pays européens essayent plus de collaborer que de se faire concurrence (2.8. [21617:21800]). Dans le domaine linguistique par exemple – là où une concurrence européenne peut être de mise – il existe énormément de formes de coopération (2.8. [21022:21155]&[21353:21616]&[22040:22310]).

4.4.4. Interprétations des coopérations européennes

Les coopérations européennes en matière d'action culturelle à l'étranger sont en voie de développement. À l'échelon des administrations centrales nationales et des opérateurs centraux, il s'agit d'un des objectifs principaux. Sur place, les collaborations ne sont pas toujours évidentes. Tout d'abord faut-il qu'il y ait des partenaires européens dans la même ville. En Russie c'est le cas à Moscou et Saint-Pétersbourg. À Novossibirsk et à Irkoutsk, entre autres, les institutions européennes compétentes en matière de culture se comptent sur les doigts de la main : dans des villes de taille intermédiaire bien souvent seuls l'Allemagne et la France sont représentés. À Vladivostok, l'Alliance française semble être la seule présence européenne dans la ville en ce qui concerne le domaine culturel.

Même lorsque tous les partenaires européens sont présents, les coopérations ne sont pas toujours très intenses. Une atmosphère concurrentielle peut même survenir entre les différents États-membres sur place : elle est de mise au niveau économique, elle existe au niveau linguistique et universitaire, elle est cependant moins prononcée au niveau culturel et artistique. Ces formes de compétitions ne font pas exception dans la relation franco-allemande.

Toutefois, les pays européens essayent plus de collaborer que de se faire concurrence : la structure EUNIC est un exemple. Il s'agit un des principaux outils de coopération en matière de culture. Les résultats obtenus ici permettent aussi d'avoir une seconde lecture sur ce qui a été dit dans l'état des lieux. Les avis des interviewés sur le groupement EUNIC sont en effet mitigés. Cela représente un dispositif lourd qui pose des difficultés en matière de communication : instituts et services culturels auprès des ambassades ne partagent pas les mêmes perspectives en termes d'action culturelle. Certes les rapports entre les différents partenaires sont cordiaux et les discussions sont nombreuses, il n'en ressort au bout du compte que quelques projets de qualité moyenne. La délégation européenne soutient l'EUNIC avec une capacité limitée. Les États-membres préfèrent finalement suivre leurs propres agendas culturels.

Au sein des coopérations européennes, le tandem franco-allemand sort néanmoins du lot. La relation semble être soutenue à tous les échelons. Il s'agit avant tout de rapports interpersonnels qui se pérennisent progressivement depuis le traité d'Aix-la-Chapelle[158]. D'autres éléments existent pour structurer la relation : les stratégies prisent en commun au niveau des ministères, le fond franco-allemand et les instituts franco-allemands[159]. Le tandem franco-allemand n'est cependant pas exclusif et sert plutôt de prémisses à la diplomatie culturelle européenne. Instituts culturels allemand

[158] Voir état de lieux 4.1.2
[159] Idem.

et français sont là pour structurer l'EUNIC notamment. À ce niveau un lead allemand semble s'être établi.

Les acteurs de la diplomatie culturelle allemande et française en Russie restent les plus importants parmi leurs partenaires européens. Les thèmes qu'ils abordent sont semblables, ils ciblent les mêmes publics, ils ont souvent les mêmes partenaires culturels et liens culturels qu'ils entretiennent avec la Russie sont forts. Toutefois les dispositifs culturels allemands et français diffèrent au niveau financier et juridique mais aussi en termes de stratégies : la France fait plus dans la représentation, tandis que l'Allemagne est plus dans la coopération culturelle. Il existe de nombreux projets en commun, ce qui permet une multiplication des publics pour les instituts culturels allemand et français notamment. En ce qui concerne la Russie, la coopération reste néanmoins ponctuelle et sur des petits projets.

4.5. RÉSULTATS V – STRATÉGIES ET DIFFICULTÉS

Nous ne souhaitons pas ici lister les stratégies évoquées par les acteurs des politiques culturelles allemandes et françaises. Ces dernières sont le plus souvent reprises ou déclinées des conceptions abordées dans la partie théorique et des stratégies officielles évoquées dans l'état des lieux. Il semble maintenant intéressant de repérer sur quels points les acteurs ont insisté lors des entretiens, notamment en fonction des pays ou des institutions qu'ils représentent.

Un schéma similaire est utilisé pour aborder les difficultés rencontrées par les acteurs dans la mise en place de leurs stratégies.

4.5.1. Stratégies formulées par les acteurs interviewés

4.5.1.1. Aperçu général

Les stratégies évoquées par les acteurs des politiques culturelles extérieures de l'Allemagne, de la France et de l'Union Européenne interviewés pour cette thèse ont été regroupées autour de trois catégories[160] :

1. Les stratégies d'organisation interne (code : STRAT_ORGA) concernent la façon dont le réseau culturel est géré : à quel niveau se situe les prises de décision ? Qui formule les stratégies et les objectifs ? Comment professionnaliser le réseau culturel ? Quels sont les moyens qu'ils lui sont attribués et dans quelle mesure peut-il en obtenir d'autres ? (Code : STRAT_ORGA_GOUV) Les interviewés font aussi part de stratégies communes d'un pays à l'autres, mais aussi de différences selon

[160] Une séparation stricte entre ces catégories n'est pas complètement possible. Il existe des enchevêtrements entre les différentes stratégies évoquées. Toutefois, nous avons essayé ici de catégoriser selon les tendances.

les spécificités des lieux. Enfin les stratégies peuvent allier le culturel à l'économie ou le culturel au politique (code : STRAT_ORGA_OBJ).

2. Les stratégies de coopérations culturelles (code : STRAT_COOP) sont eux-mêmes divisées en deux sous-catégories :
   - La première sous-catégorie concerne les stratégies de renforcement du dialogue interculturel et des échanges artistiques et culturels (code : STRAT_COOP_DIA).
     - Parmi les buts de ce dernier (code : STRAT_COOP_DIA_BUT), les interviewés ont évoqué la possibilité de créer un lien entre différentes cultures et de garder le contact entre ces dernières (code : STRAT_COOP_DIA_BUT_LIEN). Ils ont aussi parlé d'un échange entre différentes représentations du monde amenant à une compréhension mutuelle, sur une base de réciprocité (code : STRAT_COOP_DIA_ BUT_REP). Enfin, le dialogue interculturel peut déboucher sur des cocréations et un métissage culturel (code : STRAT_COOP_DIA_BUT_PROD).
     - Les interviewés ont aussi évoqué les lieux possibles du dialogue interculturel (code : STRAT_COOP_DIA_OU). Il s'agit avant tout des clubs ou ateliers proposés par les instituts culturels (code : STRAT_COOP_DIA_OU_CLUB) ou leur médiathèque comme lieu de rencontre (code : STRAT_COOP_DIA_OU_MED).
     - Enfin les interviewés ont listé les personnes concernées par le dialogue interculturel (code : STRAT_COOP_DIA_PUB). Cherchent-ils à atteindre une couche large de la population (code : STRAT_COOP_ DIA_PUB_LARG) ? Ou plus spécifiquement des personnes influentes dans le domaine économique, politique, médiatique ou éducationnel (code : STRAT_COOP_ DIA_PUB_INFL) ? Ciblent-ils plutôt les artistes et les créateurs (code : STRAT_COOP_ DIA_PUB_CREA) ?
   - La seconde sous-catégorie concerne les stratégies de développement du réseau avec les partenaires et les artistes (code : STRAT_COOP_RESO). Elle est elle-même divisée en deux groupes :
     - Il s'agit dans un premier temps des stratégies d'expansion du réseau (code : STRAT_COOP_RESO_DEV) dont la problématique principale est de s'intégrer au paysage culturel local sur le long terme (code : STRAT_COOP_RESO_DEV_INTGR), mais aussi de découvrir de nouveaux artistes, que ce soit dans la capitale ou dans les régions (code : STRAT_COOP_RESO_DEV_OU).

- Dans un second temps il est nécessaire d'entretenir ce réseau (code : STRAT_COOP_RESO_GARD), tout d'abord créant des communautés ou en s'appuyant sur celles déjà existantes comme la minorité allemande en Russie (code : STRAT_COOP_RESO_GARD_COMU), mais aussi un améliorant qualitativement le réseau de partenaires culturels et artistique en offrant des formations ou des aides pour venir dans le pays par exemple (code : STRAT_COOP_RESO_GARD_QUAL).

3. Les stratégies promotionnelles (STRAT_PROM) sont divisées en quatre sous-catégories, il s'agit de montrer certains aspects du pays représenté par l'institution :
   - Il est tout d'abord question de promouvoir sa culture (code : STRAT_PROM_CULT) et son art tous azimuts (code : STRAT_PROM_CULT_ART). Il s'agit aussi d'utiliser les évènements culturels à d'autres fins que culturelle (code : STRAT_PROM_CULT_MIX), notamment pour promouvoir les cours de langue ou, dans un but plus altruiste, d'apporter une offre culturelle aux habitants de la ville.
   - Bien que les questions aux interviewés portaient avant tout sur le domaine culturel, des stratégies de promotion dans le domaine éducatif ont aussi été mentionnées (code : STRAT_PROM_EDU). Ces dernières se penchent sur l'apprentissage de la langue, sur l'enseignement scolaire ainsi que sur les études supérieures et la recherche.
   - La troisième sous-catégorie s'articule autour des questions de stratégies promotionnelles en termes d'image du pays (code : STRAT_PROM_IMG) : quelle image doit être montrée de ce dernier (code : STRAT_PROM_IMG_PAY) ? Comment la communiquer (code : STRAT_PROM_IMG_COM) ? Et dans quelle mesure est-il possible d'augmenter la visibilité du pays et de l'institut culturel au niveau local (code : STRAT_PROM_IMG_VISI) ?
   - Enfin, la dernière sous-catégorie regroupe les stratégies promotionnelles de certaines valeurs (code : STRAT_PROM_VAL) :
     - Des valeurs morales (code : STRAT_PROM_VAL_MOR) : diversité culturelle, droit de l'Homme, inclusion, ouverture au monde etc.
     - Des valeurs politiques (code : STRAT_PROM_VAL_POL) : démocratie, multilatéralisme, paix etc.

4.5.1.2. Stratégies évoquées en fonction du pays représenté par l'établissement

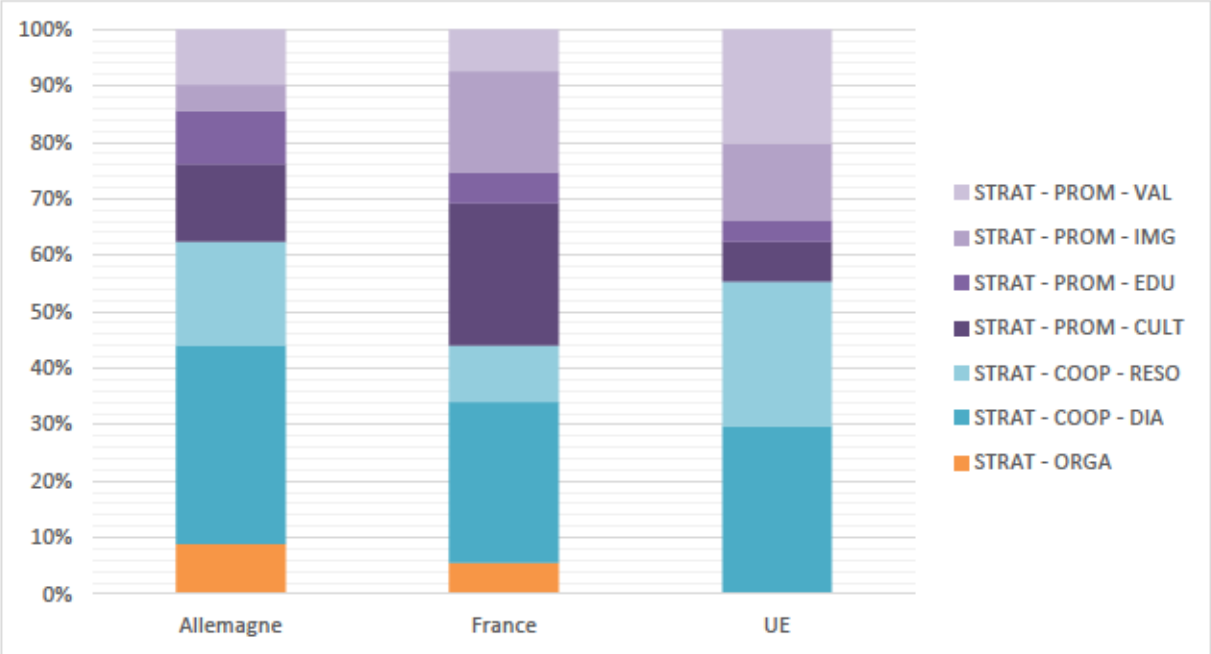
Les acteurs des politiques culturelles extérieures de l'Allemagne interviewés pour cette thèse ont plus insisté sur les stratégies de coopérations culturelles avec 54% de la

longueur totale des citations concernant les stratégies côté allemand. Viennent ensuite les stratégies promotionnelles avec 37%, puis les stratégies d'organisation interne avec 9%. Les trois sous-catégories les plus représentées sont celles du dialogue interculturel avec 35%, du développement du réseau de partenaires culturels avec 18% et de la promotion de la culture allemande avec 14%.

Les interviewés du côté français ont plutôt insisté sur les stratégies promotionnelles avec 56% de la longueur totale des citations concernant les stratégies d'action culturelle de la France à l'étranger. Arrivent ensuite les stratégies de coopérations culturelles avec 38% et d'organisation interne avec 6%. Les trois sous-catégories les plus accentuées par les acteurs français sont le dialogue interculturel avec 28%, la promotion de la culture française avec 25% et la promotion de l'image de la France avec 18%.

Au vu du manque de donné vis-à-vis des acteurs européens en termes d'action culturelle à l'étranger, les résultats obtenus ne sont donnés qu'à titre indicatif. Nous n'avons en effet que deux interviews avec ces derniers. Ils ont insisté légèrement plus sur les stratégies de coopérations culturelles avec 55% de la longueur totale des citations concernant les stratégies côté européen. Les stratégies promotionnelles représentent 45% de cette longueur.

Figure 55 Stratégies évoquées par les interviewés en fonction du pays représenté



4.5.1.3. Stratégies évoquées en fonction du lieu de l'établissement

Les interviewés ont insisté sur différentes catégories de stratégies en fonction du lieu où ils se situaient.

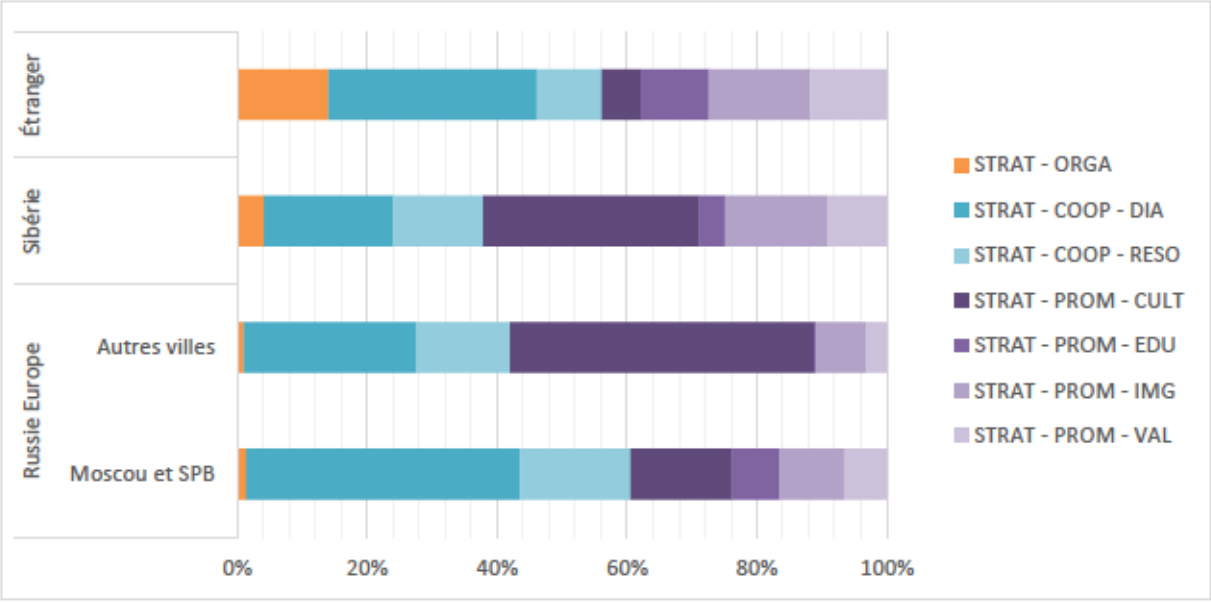
À Moscou et à Saint-Pétersbourg les interviewés ont plutôt porté leur attention sur les stratégies de coopération culturelle avec 59% de la longueur totale de citation

concernant les stratégies dans ces deux villes. La sous-catégorie « dialogue interculturel et échanges artistiques » y est particulièrement important avec 42% de la longueur. Les stratégies promotionnelles sont moins représentées chez les interviewés à Moscou et Saint-Pétersbourg avec 39%. De manière anecdotique, la catégorie « organisation interne » fait 2%.

Les interviewés dans les autres villes de Russie occidentales et dans les villes de Sibérie ont un profil similaire quant aux stratégies évoquées. Là-bas, les acteurs ont plus insisté sur les stratégies promotionnelles, avec respectivement 58% et 62% de la longueur totale de citations pour les autres villes de la Russie européenne et pour les villes de Sibérie. Ils ont en revanche moins évoqué les stratégies de coopération culturelle avec respectivement 41% et 34%. Les problématiques d'organisation interne représentent respectivement 1% et 4%. En Sibérie la promotion de la culture et de l'image du pays que représente les instituts culturels jouent un rôle prépondérant (33% et 16%), tandis que dans les villes de la Russie européenne il s'agit presqu'exclusivement de la promotion culturelle et artistique (47%)

Les établissements en dehors de la Russie (notés sous la mention « étranger ») sont évoqués ici à titre indicatif. Il s'agit d' opérateurs centraux à Munich et à Paris, du ministère des affaires étrangère de la France situé dans la capitale ou des interviews réalisées en dehors de la Russie, à New-York ou à Leipzig par exemple. La catégorie « organisation interne » y est plus élevée qu'ailleurs avec 14% de la longueur totale de citation concernant les stratégies en dehors de la Russie, puisqu'il s'agit d'une des questions de fond posées aux opérateurs centraux et aux ministères.

Figure 56 Stratégies évoquées par les interviewés en fonction du lieu de l'établissement représenté



4.5.1.4. Stratégies évoquées en fonction de l'échelle d'opération de l'établissement

Les stratégies évoquées par les acteurs interviewés[161] sont différentes s'il s'agit :

1. Des instituts culturels menant leurs opérations sur le terrain au jour le jour (Alliances Françaises, Institut Français Saint-Pétersbourg, Goethe-Instituts Saint-Pétersbourg, Novossibirsk et leurs partenaires de coopération) ;
2. Des chefs de réseau coordonnant à la fois l'action culturelle sur tout le territoire russe et au-delà mais ayant aussi sa propre programmation culturelle (Goethe-Institut de Moscou, SCAC-IFR, EUNIC de Moscou) ;
3. Des membres du corps diplomatique ayant une mission dépassant le cadre culturel (ambassades et délégations) ;
4. Des opérateurs centraux et des ministères qui gardent un œil sur l'application de leurs politiques culturelles extérieure dans le monde entier (Siège du Goethe-Institut à Munich, Institut Français de Paris, Ministères des affaires étrangères).

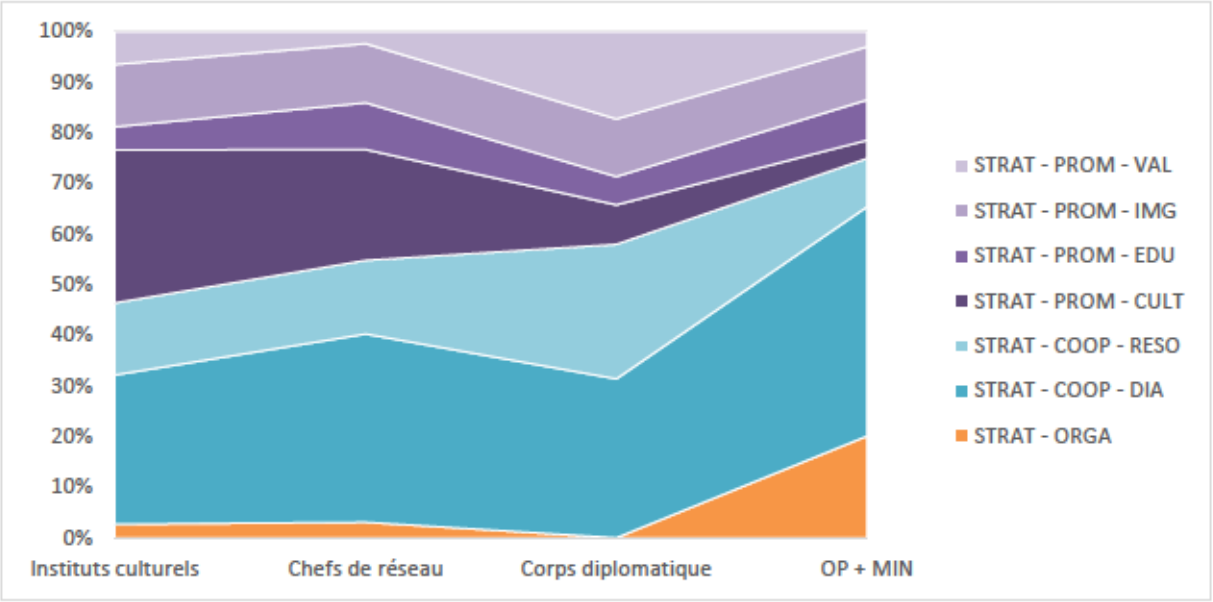
En effet, plus l'échelle géographique se resserre et le domaine d'opération est spécifié, plus les interviewés ont indiqué des stratégies promotionnelles, notamment de promotion de la culture du pays représenté par l'établissement. Il s'agit de 53% de la longueur totale des citations concernant les stratégies évoquées du côté des instituts culturels (notamment 30% dans la sous-catégorie « promotion culturelle »), de 45% chez les chefs de réseau (promotion culturelle : 22%), de 42% au niveau du corps diplomatique (promotion culturelle : 8%) et de 25% chez les opérateurs centraux et l'administration centrale (promotion culturelle : 4%).

Les stratégies de coopération culturelle sont proportionnellement plus citées, plus l'échelle géographique se desserre et le domaine d'opération s'élargie. 44% de la longueur des citations concernant les stratégies évoquées par les acteurs interviewés travaillant pour les instituts culturels porte sur la coopération culturelle, il s'agit de 52% chez les chefs de réseau, de 58% pour le corps diplomatique et de 55% au niveau des opérateurs centraux et l'administration centrale.

Une particularité chez les représentants du corps diplomatique est la légère surreprésentation des sous-catégories concernant le développement du réseau de partenaires culturels et la promotion de valeurs (27% et 17%). Chez les opérateurs centraux et l'administration centrale la catégorie « organisation interne » est surreprésentée par rapport aux autres types d'établissement (instituts culturels : 3%, chefs de réseau : 3%, corps diplomatique : 0%, opérateurs centraux et l'administration centrale : 20 %).

[161] Les interviews de Leipzig et de New-York ne sont pas inclus dans l'analyse

Figure 57 Stratégies évoquées par les interviewés en fonction de l'échelle d'opération de l'établissement



Les acteurs interviewés à New-York et à Leipzig n'ont pas été inclus pour cette analyse afin de rester focalisé sur la Russie et de ne pas déséquilibrer le rapport institutions Allemandes/Française sur les différents échelons. Toutefois, en incluant les interviews de New-York – c'est à dire au SCAC États-Unis et au Consulat général – des résultats intéressants peuvent être observés au niveau du corps diplomatique : le pourcentage de stratégies évoquées en termes d'organisation interne monte à 5% (contre 0% sans les interviews de New-York). Les stratégies de coopérations culturelles ne représentent plus que 35% de la longueur de citation (sans NYC : 58%) et les stratégies promotionnelles monte à 60% (sans NYC : 42%).

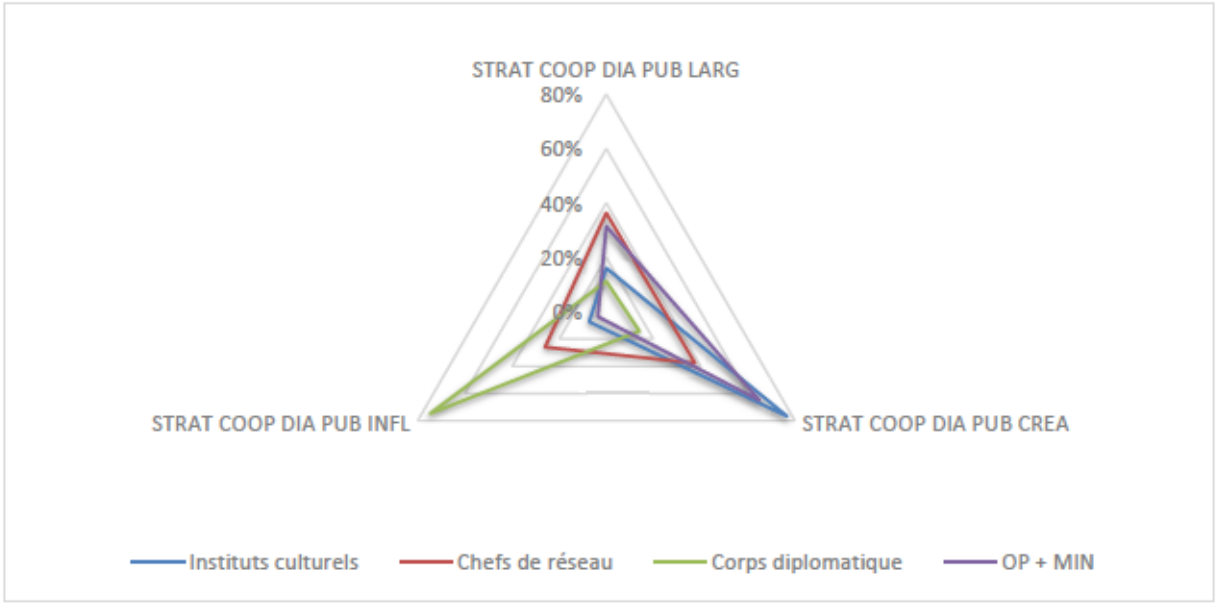
De plus, il existe de plus des différences entre l'Institut français de Paris et la Direction Générale de la Mondialisation : les stratégies de coopérations culturelles évoquées en fonction de la longueur de citation représentent respectivement 67% et 27%, tandis que les stratégies promotionnelles réalisent 14% et 57% (notamment en termes d'image et de valeur avec 30% du côté de la DGM). Les stratégies en termes d'organisation internes représentent respectivement 19% et 16%.

4.5.1.5. Partenaires ciblés

Les interviewés ont évoqué des partenaires privilégiés pour le dialogue interculturel entre les différents pays. Il a été possible de regrouper en trois groupes les personnes ciblées. Un public large peut être souhaité (code : STRAT-COOP-DIA-PUB-LARG), les partenaires ciblés peuvent être des créateurs artistiques (code : STRAT-COOP-DIA-PUB-CREA), il peut s'agir également de personnes plus ou moins influentes dans la société (code : STRAT-COOP-DIA-PUB-INFL).

Concernant les partenaires ciblés pour le dialogue interculturel, nous n'avons ainsi pas relevé de différences significatives entre les différents pays représentés et les lieux. Les groupes mentionnés sont cependant différents selon l'échelle d'opération : les instituts culturels, les opérateurs centraux et ministères ont avant tout cité des créateurs artistiques (65% et 77%). Les membres du corps diplomatique[162] ont plutôt insisté sur les personnes influentes en société (75%). Les chefs de réseau ont mentionné dans la même mesure : public large, personnes influentes et créateurs artistiques.

Figure 58 Partenaires ciblés pour le dialogue interculturel selon l'échelle d'opération



4.5.1.6. Buts du dialogue interculturel

4.5.1.6.1. Primauté des stratégies de coopérations sur les stratégies promotionnelles

Responsable à l'Institut Français de Saint-Pétersbourg : « Ce qui me semble très important, c'est d'éviter d'être dans la mise en place de one shot ou de choses qui finissent par former une sorte de panorama un peu impressionniste de tout ce qu'on peut faire en matière culturelle. Il faut plutôt essayer de mettre en place une coopération. C'est à dire quelque chose qui se tisse sur du long terme et, en partant de ce qu'on identifie comme plus ou moins des possibilités ou opportunités du territoire, essayer de construire quelque chose qui va créer au niveau des acteurs concernés un dialogue de long terme, qui va permettre la mise en place de projets qui murissent et qui grandissent [...] Pour moi, ça me semble toujours beaucoup plus intéressant quand on est dans un dialogue avec le partenaire ou on partage véritablement ses projets, ses intentions, etc. et du coup on est en capacité aussi de lui faire des propositions ou de l'aider à voir ce qui en France peut nourrir son projet. Quelquefois c'est effectivement en mettant en place un voyage etc. On est dans un dialogue de ce point de vue-là. » (2.21. [2919:3550]&[16747:17159]).

Responsable au Goethe-Institut de Saint-Pétersbourg : « Notre travail ici – comme partout ailleurs – est une action culturelle qui se soucie moins de la représentation du pays et plus de la « coopération culturelle internationale », comme il est énoncé dans nos statuts. Cela signifie qu'il s'agit toujours d'identifier et de développer des projets avec des partenaires, dans la mesure

[162] Sans les interviews de Leipzig et de New-York.

> du possible, puis de les réaliser. Nous le faisons dans tous les domaines artistiques »[163] (2.22. [1397:1791]).

4.5.1.6.2. Nécessité d'échanges réciproques

> **Responsable à l'Institut Français de Paris:** « La démarche qui est la nôtre [...] est de ne pas arriver dans des écosystèmes culturels, intellectuels, humains et sociaux différents sur le mode de celui de la mission civilisatrice de la France : « on va vous expliquer ce qu'est la culture, ce qu'est l'intelligence, ce qu'est la vraie pensée qui peut être, par définition, que la pensée française ». Voilà une caricature pour vous faire toucher du doigt cette approche qu'on a peut-être vécu par le passé. Nous avons totalement répudié cette dimension, si vous voulez, condescendante, un peu arrogante de la politique, de la diplomatie culturelle et d'influence française. Aujourd'hui, nous pensons qu'une diplomatie d'influence culturelle bien pensée ne peut pas être comme ça, à voie unique. Elle doit être dans un échange, un échange qui est aussi un enrichissement pour nous » (2.47. [12659:13492]).

> **Responsable au Goethe-Institut de Saint-Pétersbourg :** « Notre position est que les échanges culturels ne sont pas une voie à sens unique mais doivent se réaliser dans les deux sens. Voilà la formule, pour ainsi dire. Donc nous amenons des gens d'Allemagne et d'Europe ici, à Saint-Pétersbourg, mais nous faisons également déplacer des gens de Russie et des pays voisins pour des séjours culturels en Allemagne. »[164] (2.22 [6669:7026]).

4.5.2. Difficultés rencontrées par les acteurs interviewés

Il s'agit maintenant de relever les difficultés rencontrées dans la mise en place des stratégies. Nous excluons ici les problématiques concernant les coopérations internes, locales et européennes qui ont été abordées plus haut.

4.5.2.1. Aperçu général

Les difficultés évoquées par les interviewés dans la mise en place de leurs stratégies et des évènements culturels ont été regroupées en trois catégories :

1. Il existe tout d'abord des contraintes internes (code : DIF_INT) divisées elles-mêmes en trois sous-catégories :
   1.1. Les contraintes législatives (code : DIF_INT_LEG) liées avant tout au statut juridique de l'institut.
   1.2. Les contraintes de lieu (code : DIF_INT_LIEU) concernant la taille des bâtiments, leur situation géographique ou la difficulté à trouver des lieux pour réaliser les évènements culturels des institutions.

---

[163] Traduit de l'allemand par l'auteur : „Unsere Arbeit hier ist – wie überall – eine Kulturarbeit, die weniger auf nationale Repräsentation setzt, sondern mehr auf, wie es in unserer Satzung heißt, internationale kulturelle Zusammenarbeit. Das heißt, es geht dann immer darum, Projekte möglichst mit Partnern gemeinsam zu identifizieren und zu entwickeln und dann auch durchzuführen. Das machen wir in allen künstlerischen Sparten »

[164] Traduit de l'Allemand par l'auteur : Ansonsten ist unsere Position, dass der Kulturaustausch keine Einbahnstraße ist, sondern in beide Richtungen erfolgen muss. Das war jetzt sozusagen die Einrichtung. Also wir holen Leute aus Deutschland und Europa hierher nach Sankt Petersburg. Aber wir bringen auch Leute aus Russland und den benachbarten Ländern zu einem Kulturaufenthalt in Deutschland.

1.3. Le manque de moyens (code : DIF_INT_MOY) divisé en deux groupes :

1.3.1. Les contraintes financières (code : DIF_INT_MOY_FIN) concernant les problématiques d'autofinancement, de dotation de l'État ou de recherches de financement tiers.

1.3.2. Les contraintes de personnel (code : DIF_INT_ MOY_PERS) souvent caractérisées par un manque de salariés. Cette sous-catégorie est donc en lien avec les contraintes financières.

2. Viennent ensuite les contraintes externes (code : DIF_EXT) regroupées en trois sous-catégories :

2.1. Les difficultés liées à la concurrence (code : DIF_EXT_CONC) avec les instituts culturels d'autres pays, notamment la Chine et les pays anglophones.

2.2. Les difficultés liées à l'infrastructure locale (code : DIF_EXT_INFRA), en particulier l'infrastructure culturelle parfois précaire en dehors de Moscou et Saint-Pétersbourg. De plus, la Russie présente des contraintes géographiques spécifiques liées à son territoire immense.

2.3. Les contraintes politico-administratives (code : DIF_EXT_POL) du pays d'accueil elles-mêmes divisées en quatre :

2.3.1. Il existe tout d'abord des contraintes globales (code : DIF_EXT_ POL_GLOB), des phénomènes qui dépassent le cadre national, comme la crise sanitaire liée au Covid-19, la globalisation avec des frontières entre politique intérieure et extérieures devenues floues, les problématiques de l'immigration et les réactions populistes, xénophobes et anti-multilatéralistes.

2.3.2. Viennent ensuite des contraintes diplomatiques (code : DIF_EXT_ POL_DIPLO) liées aux accords bilatéraux entre les différents pays ou à la dégradation des relations entre eux. À cela s'ajoute des questions plus théoriques au niveau de la relation entre le politique et le culturel sur la table des négociations.

2.3.3. Les contraintes législatives (code : DIF_EXT_POL_LEG) concernent quant à elles les spécificités du législateur local au niveau des licences d'éducation, par exemple, des visas, du système universitaire etc.

2.3.4. Il existe aussi des contraintes liées à la structure politico-administrative et aux décisions politiques du gouvernement local (code : DIF_EXT_POL_REG), notamment en termes de liberté d'expression, pouvant toucher les évènements que les instituts culturels essaient de mettre en place. Ainsi, il peut y avoir des annulations d'évènements, des

contrôles, des limitations au niveau des partenaires culturels etc.[165] Il est aussi fait part de politiques culturelles russes orientées sur une conception plus « classique » de la culture.

3. Enfin, des difficultés au niveau du public et des échanges (code : DIF_PUB) ont été relevées par les interviewés. Elles sont divisées en trois sous-catégories.

   3.1. Une des problématiques fondamentales est de savoir comment ramener du public (code : DIF_PUB_NB) aux évènements culturels ou aux cours de langue proposés par les instituts culturels.

   3.2. Il s'agit aussi de savoir quel type de public serait-il intéressant d'attirer pour les évènements (code : DIF_PUB_TYP) et donc les problématiques de surreprésentation d'un groupe et de sous-représentation d'un autre.

   3.3. D'autres difficultés se situent au niveau des différentes représentations du monde et du pays qu'ont le public et les artistes invités (code : DIF_PUB_REP). Cette sous-catégorie est divisée en trois groupes :

      3.3.1. Une difficulté qui peut apparaitre être celle que le public est déjà convaincu (code : DIF_PUB_REP_CONV) par les valeurs partagées par l'institut culturel et déjà attiré par le pays. L'institut n'attirerait donc pas de public nouveau.

      3.3.2. Une autre difficulté peut survenir au niveau des différences culturelles (code : DIF_PUB_REP_CULT), des spécificités locales pas toujours très bien assimilées par le personnel de l'institut et des artistes invités ou des créateurs locaux se rendant dans le pays représenté. Il existe des incompréhensions, la barrière de la langue, des perspectives diverses ou des façons de fonctionner qui diffèrent : cela peut être un frein au dialogue interculturel.

      3.3.3. Une dernière difficulté se situe au niveau de l'image du pays (code : DIF_PUB_REP_IMG). Il peut y avoir des problèmes de visibilité, peu d'intérêt pour le pays dans la région, des difficultés à capter l'attention. Parmi les problèmes d'image il se peut aussi que le pays ait mauvaise presse

[165] À ce propos Stefan Ingvarson ajoute dans une interview réalisée par la structure EUNIC : "Sometimes there are big challenges for cultural institutions to operate. It is very important to stress that compared to China or other countries that have an outspoken censorship, in Russia there is no such thing. So when you face problems, they are never linked to artistic content. They would never say "You cannot show this exhibition", but you will experience technical problems. That is of course the challenge because you don't get the direct message. It is something that you always have to keep in mind, you have to be intuitive and sensitive to where the unofficial and unspoken limits are." https://eunicglobal.eu/projects/exchange-programme-for-young-russian-curators [25.10.2021]

au niveau local ou que le public – ayant une image déformée du pays – ait des fausses attentes vis-à-vis de ce dernier.

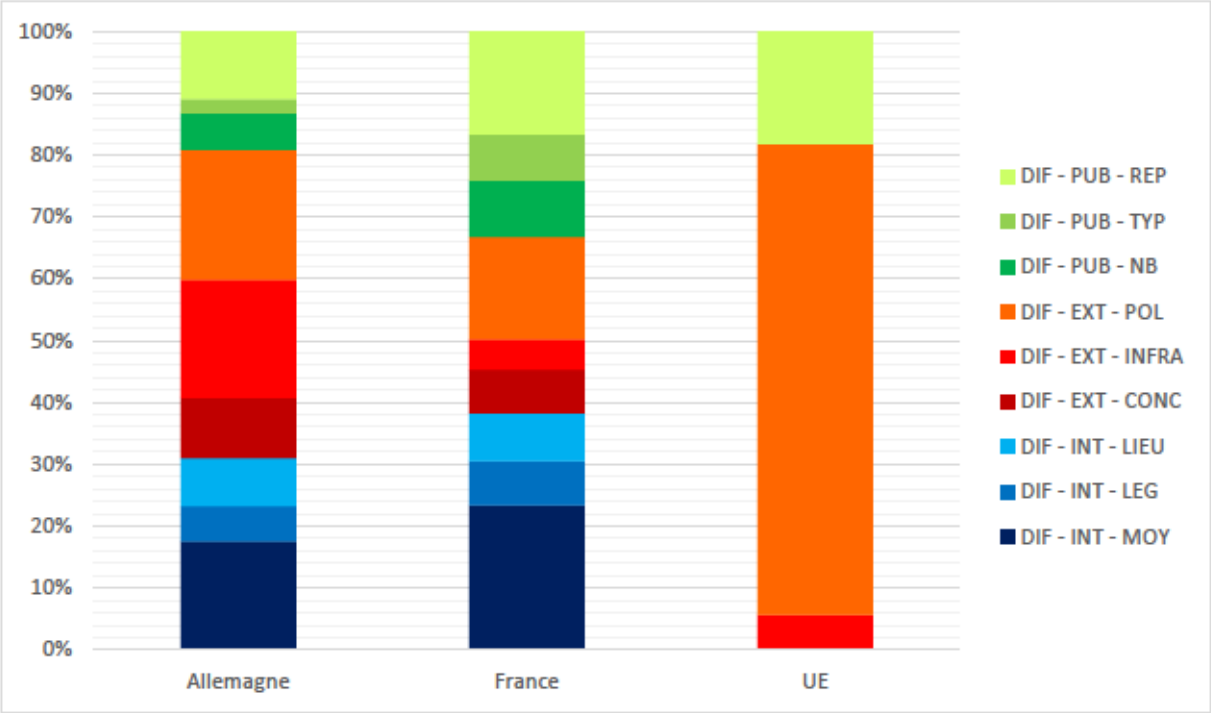
4.5.2.2. Difficultés évoquées en fonction du pays représenté par l'établissement

En fonction du pays que leurs institutions représentent, les interviewés n'ont pas insisté sur les mêmes difficultés. Les acteurs des politiques culturelles extérieures de l'Allemagne ont avant tout parlé des contraintes extérieures avec 50% de la longueur totale des citations concernant les difficultés, 31% de ce total était en lien avec les contraintes internes et enfin 19% concernait les difficultés de public. Les trois sous-catégories sur lesquelles les acteurs des politiques culturelles extérieures de l'Allemagne ont le plus insisté sont les contraintes politiques avec 21%, les problèmes d'infrastructure avec 19%, et le manque de moyen avec 18%

Côté français, les acteurs des politiques culturelles extérieures interviewés ont avant tout parlé de contraintes internes avec 38% de la longueur totale des citations relatant les difficultés rencontrées. Viennent ensuite les difficultés liées au public avec 33% et les contraintes externes avec 29%. La sous-catégorie sur laquelle les interviewés ont le plus insisté est le manque de moyen avec 23%, arrivent ensuite avec chacun 17% deux autres sous-catégories : les problèmes d'image du pays et de représentations du monde de la part du public et des artistes ainsi que les contraintes politiques.

En ce qui concerne l'union européenne, seulement deux interviews ont été réalisées. Les résultats souffrent de manque de données et sont donc moins pertinents. Ce sont avant tout les contraintes externes qui ont été évoquées par les deux acteurs avec 82% de la longueur totale des citations concernant les difficultés, notamment les contraintes politiques (76%) et, dans une moindre mesure les problèmes d'infrastructure (6%). Les 18% restant concerne les problèmes d'image et de représentations du monde de la part du public et des artistes.

Figure 59 Difficultés évoquées par les interviewés en fonction du pays représenté



4.5.2.3. Difficultés évoquées en fonction du lieu de l'établissement

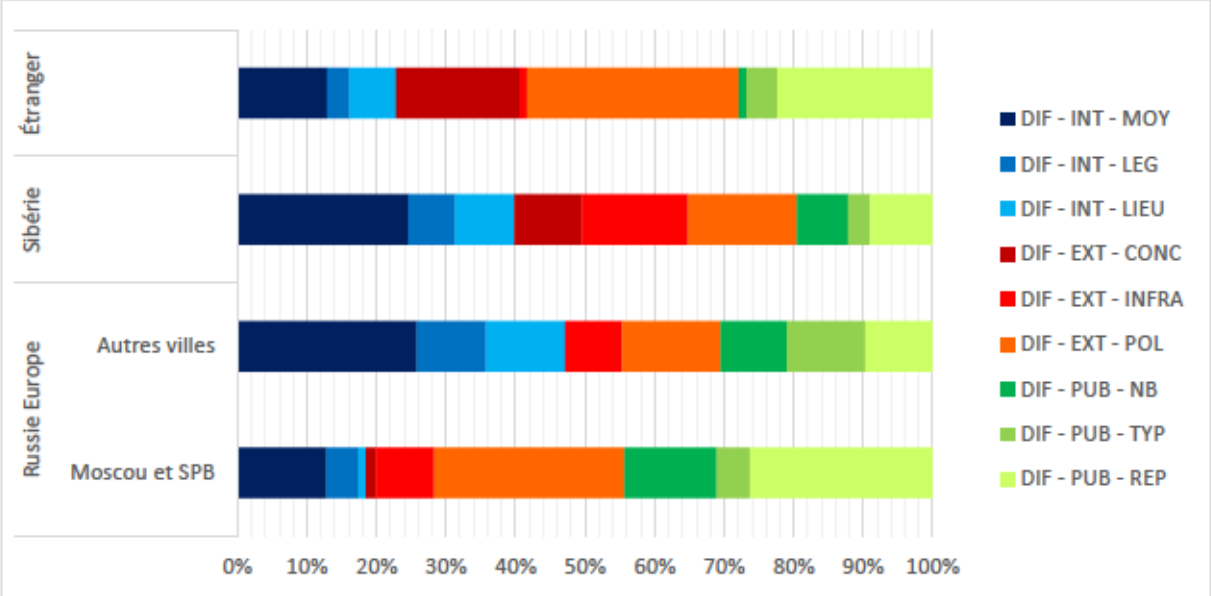
Les difficultés évoquées prennent différentes accentuations selon le lieu de l'établissement dans lequel se trouve les acteurs interviewés. Il existe des différences notamment entre Moscou et Saint-Pétersbourg d'un côté et le reste de la Russie occidentale et la Sibérie de l'autre. Les premiers ont avant tout insisté sur des problèmes de public : cela représente 44% de la longueur totale des citations concernant les difficultés évoquées. À ce titre, ils ont mis l'accent particulièrement sur les problèmes d'image et de représentations du monde du public et des artistes (26%) ainsi que sur les difficultés à attirer du public (13%). Viennent ensuite les contraintes externes avec 37%, notamment politico-administratives (27%). Enfin, les contraintes internes représentent les 19% restant des citations par rapport à leur longueur.

Les acteurs de l'action culturelle allemande et française dans les autres villes de la Russie européenne ont plus insisté sur les contraintes internes de leur établissement avec 47% de la longueur totale des citations relatant les difficultés évoquées, dont 26% concernent un manque de moyens. On retrouve ensuite des problèmes liés au public avec 31%. Les contraintes externes ne représentent que 22% de la longueur totale et sont partagées entre problèmes d'infrastructure (8%) et contraintes politico-administratives (14%). En Sibérie le schéma présente des similitudes mais aussi quelques différences. Contraintes externes et internes arrivent au coude-à-coude avec respectivement 41% et 39%. Parmi ces dernières, le manque de moyen représente 25%, comme dans les autres villes de la Russie européenne. Toutefois, la sous-catégorie « concurrence » - notamment avec la Chine - représente 10% de la longueur totale des

citations, alors qu'elle n'est pas mentionnée en Russie occidentale en dehors de Moscou et Saint-Pétersbourg. Les problèmes d'infrastructure ont été aussi plus mentionnés en Sibérie avec 15%. Les difficultés de public arrivent là-bas en dernier avec 20%.

Les établissements en dehors de la Russie (notés sous la mention « étranger ») sont évoqués ici à titre indicatif. Il s'agit opérateurs centraux à Munich et à Paris, du ministère des affaires étrangère de la France situé dans la capitale ou des interviews réalisées en dehors de la Russie, à New-York ou à Leipzig par exemple. Particulièrement intéressant est la surreprésentation de la sous-catégorie « concurrence ». Ceci est influencé par les interviews faites à New York dans lesquelles cette sous-catégorie représente 34% de la longueur totale des citations concernant les difficultés évoquées.

Figure 60 Difficultés évoquées par les interviewés en fonction du lieu de l'établissement représenté



4.5.2.4. Difficultés évoquées en fonction de l'échelle d'opération de l'établissement

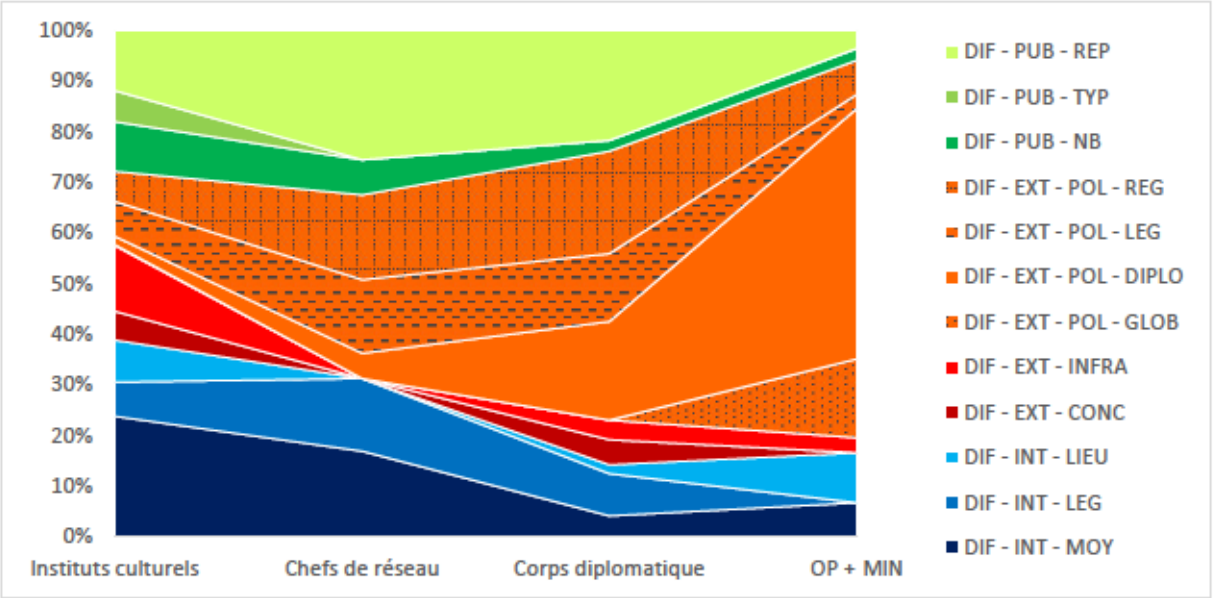
Plus l'échelle géographique se resserre et le domaine d'opération de leur établissement est spécifié[166], plus les interviewés ont indiqué des contraintes internes. Il s'agit de 39% de la longueur totale des citations concernant les difficultés évoquées du côté des instituts culturels, de 31% chez les chefs de réseau, de 14% au niveau du corps diplomatique et de 17% chez les opérateurs centraux et l'administration centrale. Il en va de même pour les problématiques de public : Il s'agit de 28% de la longueur totale des citations concernant les difficultés évoquées du côté des instituts culturels. Ce chiffre augmente légèrement chez les chefs de réseau avec 32%, il diminue à 24% au

[166] Voir la catégorisation opérateurs centraux/corps diplomatique/chefs de réseau/instituts culturels dans 5.1.1.4. Stratégies évoquées en fonction de l'échelle d'opération de l'établissement. Les résultats sont obtenus sans les interviews de New York et Leipzig.

niveau du corps diplomatique pour finir à 6% chez les opérateurs centraux et l'administration centrale.

Les contraintes extérieures, et notamment la catégorie politique, sont proportionnellement plus cités, plus l'échelle géographique se desserre et le domaine d'opération s'élargie. 33% de la longueur des citations concernant les difficultés rencontrées relevées par les acteurs interviewés travaillant pour les instituts culturels porte sur les contraintes externes, parmi ces dernières 15% relèvent des contraintes politiques et 13% des problèmes d'infrastructure. Pour les chefs de réseau les contraintes externes concernent 36% de la longueur totale de citation et sont exclusivement politiques. Il s'agit avant tout dans 17% de la longueur du gouvernement local et dans 15% de la législation locale. 62% de la longueur totale de citations chez les acteurs du corps diplomatique concernent les contraintes extérieures, 53% sont en lien avec les contraintes politico-administratives. Avec 20% de la longueur totale chacun, ce sont les difficultés posées par le gouvernement local et les problèmes diplomatiques qui ressortent le plus, viennent ensuite les problèmes de législation locale avec 13%. Enfin, chez les opérateurs centraux et l'administration centrale 78% des difficultés relevées sont des contraintes externes, 75% sont des contraintes politico-administrative. Parmi les sous-catégories politico-administratives deux ressortent particulièrement les problèmes diplomatiques avec 49% et les problèmes globaux avec 16%.

Figure 61 Difficultés évoquées par les interviewés en fonction de l'échelle d'opération de l'établissement



4.5.2.5. Tensions politiques et échanges culturels

Responsable à l'Institut Français de Paris: « La logique des coopérations culturelles est une logique immanente, en tout cas ancienne. C'est qu'au fond, la culture, c'est ce qui reste quand tout le reste est balayé. Quand les relations politiques traversent une passe de glaciation, c'est

précisément ce qu'on cherche à maintenir envers et contre tout, c'est de ne pas interrompe la culture, je dirais, pas seulement la culture mais aussi les relations scientifiques, les relations humaines quand il y a des jumelages – people to people comme on disait autrefois, au temps de la Pérestroïka [...] Ce sont des liens qu'on crée, qu'on développe lentement pendant les phases, disons, de vaches grasses mais quand on rentre dans les phases de vaches plus maigres sur le plan politique, la variable d'ajustement ce sont les relations politiques et on décide de préserver des relations culturelles, artistes, des arts. [...] en général, je serais enclin à dire que la culture fait partie de la boite à outils du maintien de la relation politique – de la relation tout court – surtout en temps de tensions » (2.47. [18607:19523]& [20401:20587])

Responsable à la DGM : « Je ne suis pas sûr que ce soit si facile que ça de dire : « comme le culturel va bien, ça va améliorer le politique ». En réalité, dans la relation bilatérale, le politique est toujours prime. Le politique prime et donc on ne peut malheureusement pas que marquer que par le culturel. [...] C'est évident que c'est dans cet ordre que ça fonctionne. Si les relations politiques ne sont pas bonnes, les relations économiques non plus, mais l'inverse ne va pas fonctionner. Si la relation culturelle est excellente, ça ne va pas suffire pour améliorer des relations politiques exécrables. »

4.5.2.6. Atouts évoqués par les acteurs interviewés

Les acteurs des politiques culturelles extérieures de l'Allemagne, de la France et de l'Union Européenne interviewés pour cette thèse n'ont pas fait qu'évoquer leurs difficultés mais aussi leurs atouts (code : ATT). Bien évidement la question posée à ces derniers portaient plus les difficultés que sur les atouts. Toutefois nous évoquons ici le rapport entre la longueur totale de citations concernant les atouts et la longueur totale de citation à propos des difficultés.

Les acteurs des politiques culturelles extérieures de l'Allemagne ont parlé 3,8 fois plus longuement sur leurs difficultés que sur leurs atouts, tandis que pour ceux de la France ce rapport est de 7,1. Pour l'EU ce rapport n'est que de 1,5. Les Allemands ont surtout insisté sur leurs atouts liés aux moyens financiers et au personnel à disposition (code : ATT_INT_MOY), ainsi qu'à la taille de l'institut (code : ATT_INT_LIEU) : il s'agit de 31% de la longueur totale concernant les atouts. Dans une moindre mesure – puisqu'ils ont évoqué proportionnellement peu d'atouts - les Français ont vanté les bonnes relations culturelles entre la France et la Russie (22%, code : ATT_EXT_POL_DIPLO). Les acteurs européens ont évoqué une culture européenne commune qui facilite les échanges (72%, code : ATT_PUB_REP_CULT).

Les acteurs interviewés de Moscou et Saint-Pétersbourg ont parlé 2,1 fois plus longuement sur leurs difficultés que sur leurs atouts, tandis que ceux dans les autres villes de la Russie en ont parlé 7,8 fois plus longuement. Parmi les atouts évoqués les acteurs de Moscou et Saint-Pétersbourg vantent la bonne infrastructure culturelle de leur ville respective (code : ATT_EXT_INFRA_DIPLO) et les bonnes relations culturelles entre la Russie et leur pays ou institutions respectifs (code : ATT_EXT_POL_DIPLO) : il s'agit de 32% de la longueur totale des citations concernant les atouts. Toutefois, c'est à la fois cette culture européenne commune mais

aussi la relative bonne image qu'ont l'Allemagne et la France (code : ATT_PUB_REP_IMG) qui est mis en avant à Moscou et Saint-Pétersbourg avec 43% de la longueur totale des citations concernant les atouts.

Les instituts culturels ont parlé 5,9 fois plus longuement sur leurs difficultés que sur leurs atouts ce rapport n'est plus que de 2,5 chez les chefs de réseau et de 1,8 chez les membres du corps diplomatique[167]. Ce chiffre remonte légèrement à 2,2 au niveau des opérateurs centraux et ministères. Ces derniers insistent longuement sur les bonnes relations culturelles entre leurs pays et la Russie (38%) mais aussi sur le fait qu'ils aient un réseau important dans le monde (39%).

4.5.3. Interprétations des stratégies et difficultés

En termes de stratégies, l'accent porte plus sur une dichotomie entre coopérations et promotions culturelles. Les stratégies d'organisation interne restent marginalement citées, si ce n'est au niveau des opérateurs centraux et des ministères. Bien que les conceptions allemandes et françaises en matière de politiques culturelles extérieures ne soient pas radicalement opposées, il est possible de constater que les acteurs de l'Allemagne ont plus insisté sur les stratégies de coopérations culturelles tandis que ceux de la France ont plus porté leur attention sur les stratégies de promotions culturelles. Ces différences dépendent-elles seulement des conceptions qui divergent entre les deux pays ?

Le lieu où se situent les acteurs semblent aussi joué un rôle : dans les grands centres urbains de Moscou et Saint-Pétersbourg, ce sont les stratégies de coopérations culturelles qui priment, tandis qu'en périphérie ce sont plutôt les stratégies promotionnelles qui dominent les débats. Enfin, les acteurs près du terrain semblent avoir légèrement plus insisté sur les stratégies promotionnelles, tandis que ceux qui s'en éloigne tendent plus vers des stratégies de coopérations. Toutefois le côté français semble montrer des contradictions entre ses acteurs diplomatiques et ministériaux d'un côté et ceux des opérateurs centraux de l'autre : les premiers sont plus focalisés sur les stratégies promotionnelles – notamment en termes d'image et de valeurs – et ciblent les partenaires les personnalités influentes dans le domaine économique et politique. L'Institut français de Paris met plus l'accent sur les coopérations culturelles entre créateurs artistiques.

Goethe-Instituts et Instituts français semblent finalement s'accorder sur le fait que les instituts culturels ne doivent pas tomber dans la simple diffusion d'une image plus ou moins exacte du pays mais plutôt être dans une forme de coopération intense et réciproque avec les acteurs culturels locaux.

---

[167] Sans les interviews de New-York et Leipzig

L'Allemagne semble rencontrer moins de difficultés dans la mise en place de leurs stratégies que la France. Les contraintes sont également de nature différente entre les deux pays : les acteurs des politiques culturelles extérieures allemandes ont plus insisté sur contraintes externes, notamment en termes d'infrastructure culturel et par rapport à la situation politique tendue entre l'Allemagne et la Russie. Ceux de la France ont plutôt mis l'accent sur les contraintes internes, notamment en termes de moyens, et sur les difficultés à obtenir du public.

Les acteurs en dehors de Moscou et Saint-Pétersbourg rencontrent plus de difficultés que leurs homologues, notamment en termes de moyens. À cela s'ajoute des problèmes d'infrastructure et de concurrence avec la Chine en Sibérie. À Moscou et à Saint-Pétersbourg, où les scènes culturelles sont dynamiques[168], il s'agit plutôt de difficultés en termes de public. La problématique d'attraction du public est évoquée par les acteurs : dans ces grands centres urbains il n'est pas toujours facile d'avoir une certaine visibilité. Les acteurs de Moscou et Saint-Pétersbourg ont toutefois plus insisté sur les difficultés en termes de représentations de monde entre les différents intervenants. Au niveau du public, il s'agit plutôt d'attirer un autre type de population que celle déjà convaincue par les valeurs de l'institut et par l'intérêt de découvrir une nouvelle culture.

Les stratégies mentionnées par certains acteurs des politiques culturelles extérieures peuvent expliquer les difficultés rencontrées sur lesquelles ils ont insisté. L'Allemagne, dans le cadre de ses stratégies de coopération culturelle, se voit freiner par les contraintes extérieures que lui pose la Russie. Les acteurs de Moscou et Saint-Pétersbourg peuvent être freinés dans leurs coopérations par des représentations du monde divergentes avec leurs partenaires culturels et entre les intervenants artistes.

Cependant la réciproque est également valable : les difficultés rencontrées peuvent aussi expliquer certaines stratégies prisent par les acteurs. Sur le terrain, les acteurs des politiques culturelles de la France semblent souffrir d'un manque de moyens, ce qui ne leur permet pas de mettre en place des coopérations culturelles ambitieuses et les obligent à se rabattre sur des stratégies plutôt promotionnelles afin d'attirer du public, notamment pour les cours de langue qu'ils proposent.

4.6. SYNTHÈSE

4.6.1. Vérification de l'hypothèse n°1

> Les instituts culturels *de l'Allemagne et de la France sont nombreux en Russie. Ils sont en mesure de mettre en place une quantité importante de manifestations culturelles et sont*

[168] Voir les résultats du sous-chapitre 3.4. : Si la scène culturelle russe est dynamique elle reste mise en difficultés notamment dans le secteur de l'art contemporain et des musiques contemporaines.

> ***capables d'y attirer un public large et varié. Ils disposent d'un budget relativement conséquent pour cela.***

Avec 3 Goethe-Instituts, entre 350 et 400 évènements culturels par an atteignant jusqu'à 600.000 personnes[169], dont de nombreux multiplicateurs. À cela s'ajoute et une cinquantaine de partenaires de coopérations. L'Allemagne joue effectivement un rôle majeur en termes de diplomatie culturelle. Elle dispose de moyen financier et de personnel nettement supérieure à la France qui, avec deux antennes et 13 alliances françaises, n'est pourtant pas en reste : l'Institut Français compte entre 250 et 300 évènements par an. Les Alliances françaises souffrent toutefois d'un manque crucial de moyens et d'autonomie qui les empêchent de fonctionner de manière optimale, notamment en termes de programmation culturelle.

L'hypothèse n°1 est donc nuancée, particulièrement du côté français

4.6.2. Vérification des hypothèses de coopérations

4.6.2.1. Hypothèse n°2.1 : Coopérations internes

> La coopération interne ***entre les différents échelons des politiques culturelles extérieures, que ce soit l'Allemagne ou la France, fonctionne en général de manière bienveillante. Il arrive toutefois qu'il y ait des accrochages entre les différents échelons.***
>
> ***Le système décentralisé de l'Allemagne permet une coopération plus fluide que le système français resté centralisé et lié à l'ambassade.***

Du côté allemand, il existe une hiérarchie formelle entre les différents échelons. Dans la pratique, administration centrale, opérateur central, siège régional et réseau culturel fonctionnent de manière autonome. L'échelon supérieur est en mesure d'apporter une expertise, une offre culturelle et une aide à projet. L'argent est distribué principalement de l'office des affaires étrangères vers les différentes structures. Les acteurs des politiques culturelles allemandes sont tenus ensemble par des accords stratégiques qui sont le fruit de compromis, lorsque les conceptions en matière de diplomatie culturelle sont divergentes en fonction des échelons.

Côté français, en revanche, le ministère des affaires étrangères – au niveau national – et l'ambassade sur place sont plus dans une relation de contrôle vis-à-vis du réseau culturel. La relative autonomie accordée aux opérateurs centraux et aux réseaux culturels est démentie dans la pratique puisque le réseau est dirigé par les membres des ministères et de l'ambassade. L'aide apportée aux Alliances françaises est aussi placée sous le signe d'une certaine méfiance : il s'agit soit d'un catalogue de projets, sous de fiches projets, mais non pas d'un budget culturel autonome qui permettrait aux

[169] Les chiffres datent de 2013 et peuvent être plus élevés aujourd'hui

alliances d'avoir une initiative en termes de projets culturels. La configuration française apporte ainsi plus de tensions entre les différents acteurs.

La première partie de l'hypothèse n°2.1 est donc à réfuter du côté français

***

La seconde partie de l'hypothèse n°2.1 est en revanche confirmée

4.6.2.2. Hypothèse n°2.2 : Coopérations locales

> Au niveau local, *les instituts culturels de l'Allemagne et de la France en Russie ont toujours un ou plusieurs partenaires culturels locaux afin de mettre en place leurs évènements culturels. Les rapports entre-eux sont souvent basées sur des relations personnelles. Il existe une volonté de collaboration réciproque.*

Les instituts culturels ne travaillent jamais seuls. Les relations qu'ils entretiennent avec leurs nombreux partenaires très disparates sont interpersonnelles. Il ne s'agit en revanche pas de partenaires systématiques et sur le long terme. Ce genre de relations n'est en effet pas insensible aux changements de direction.

Les partenaires culturels en Russie ne sont pas toujours complètement libres dans le choix de leurs coopérations. De plus le secteur de l'art contemporain est dans une situation de déficit chronique. Les apports financiers apportés par les instituts culturels, notamment du côté allemand, peuvent être un frein à l'établissement d'un partenariat d'égal-à-égal. Il existe également des tensions avec les partenaires lorsque le partage des tâches et des moyens ne sont pas clairement définis à l'avance.

L'hypothèse n°2.2 est donc nuancée

4.6.2.3. Hypothèse n°2.3 : Coopérations européennes

> Au niveau européen, *malgré une relative concurrence au niveau linguistique, l'Allemagne et la France et par extension les autres pays de l'Union Européenne poursuivent une logique de coopération étroite en matière d'action culturelle à l'étranger. Une coopération menée à bien permet de démultiplier les effets de l'action culturelle de chaque pays. Les difficultés de ces coopérations sont liées à la lourdeur des structures européennes.*

Les initiatives en matière de coopérations européennes sont en voie de développement. Il existe de nombreux freins à ces dernières : lorsqu'il y peu de présence européenne dans la ville ou qu'il existe une relative concurrence entre les États membres sur place par exemple (la culture semble toutefois faire figure d'exception). Le dispositif de coopérations européen très lourd, notamment en matière de communication, constitue un autre frein. Les projets réalisés en commun permettent effectivement de démultiplier les publics mais les résultats sont souvent maigres.

La relation franco-allemande au niveau culturel est plus élaborée, elle peut compter sur des structures bien établies, comme le fond franco-allemand, et des initiatives prometteuse avec le traité d'Aix-la-Chapelle et les instituts intégrés franco-allemands. Le tandem franco-allemand peut servir de prémices à une future diplomatie culturelle européenne. Il tente déjà de structurer EUNIC. En revanche, l'Allemagne et la France ont des moyens, des structures et des stratégies différences : cela peut représenter un frein à la coopération.

L'hypothèse n°2.3 est donc nuancée.

4.6.3. Vérification de l'hypothèse n°3

> Les difficultés *à mettre en place ces manifestations culturelles se situent à trois niveaux : tout d'abord il s'agit de difficultés matérielles, c.à.d. de budget, de personnel et de temps. La plupart des évènements oscillent entre budget restreint et qualité du programme proposé. Ensuite le contexte politico-administratif de la Russie et les tensions politiques entre l'Union Européenne et la Russie génèrent des contraintes supplémentaires au niveau du choix de la programmation, de ses partenaires et de l'implantation des instituts. Enfin le dialogue entre la classe créative allemande/française et russe connait des déséquilibres, lié à des différences de budget, d'appréhension des politiques culturelles et de mentalités : comme s'il n'y aurait à apprendre que d'un côté.*

Les contraintes relevées ici sont de trois natures : il s'agit d'abord de contraintes externes, notamment par rapport à la structure politico-administrative de la Russie et aux décisions politiques du gouvernement local, des problèmes en termes de législation, de négociations diplomatiques mais aussi de problématiques globales. À cela s'ajoute des défis concurrentiels avec les instituts culturels d'autres pays, notamment la Chine, et des problèmes d'infrastructures (culturelles) en Russie. Il s'agit ensuite de contraires internes, liées à un manque de moyens financiers, en termes de personnel ou de lieux de représentation, mais aussi par rapports aux statuts juridiques des instituts culturels très divers. Viennent ensuite les problématiques de publics : il peut subsister des différences culturelles entre les artistes invités. L'image du pays n'est pas toujours adéquate et il s'agit bien souvent d'un public déjà convaincu. S'ajoute à cela les problématiques d'attirer du public ou un certain type du public.

L'hypothèse n°3 est donc confirmée.

4.6.4. Vérification de l'hypothèse n°4

> Les buts *des manifestations culturelles s'inscrivent moins dans un marketing évènementiel que dans une volonté de rapprocher la classe créative allemande/française et russe dans un dialogue sur un pied d'égalité dont le but est d'apprendre de l'autre. L'Allemagne et la France mettent ainsi en place une approche d'accommodation dans leurs stratégies générales de politiques culturelles extérieures.*
>
> *Cette stratégie poursuit l'enjeu de trouver une issue aux tensions politiques entre l'Union Européenne et la Russie afin de créer les conditions d'un partenariat à long terme entre les deux*

parties. De manière générale, l'Allemagne et la France poursuivent l'idée d'une résolution des conflits par le dialogue interculturel si possible.

Au niveau des stratégies mentionnées par les acteurs des politiques culturelles de l'Allemagne et de la France, il existe une dichotomie entre stratégies de coopérations culturelles et stratégies promotionnelles. Même si les objectifs des deux pays ne sont pas radicalement opposés, la balance penche plus en faveurs de la coopération culturelle du côté allemand et de la promotion culturelle du côté français. Ducôté de la France il existe des différences entre le ministère des affaires étrangères et le corps diplomatique d'un côté et les instituts français de l'autre : l'un privilège plus l'aspect représentation de la diplomatie et l'autre plus l'aspect coopération. Les Alliances françaises et les partenaires de coopérations du Goethe-Institut, notamment à cause de leurs contraintes financières, mettent en avant des stratégies promotionnelles afin de remplir leurs salles de classes.

Les relations culturelles doivent être préservées, notamment en cas de tension entre les pays. C'est le dernier rempart lorsque les relations politiques sont exécrables et que les relations économiques vacillent. En attendant de jours meilleurs, l'Allemagne, la France et même l'Union Européenne maintiennent leurs canaux d'échanges culturelles en Russie. Cependant, cela n'est pas suffisant pour améliorer les relations politiques. La culture, seule, n'est pas en mesure de créer les conditions d'un partenariat à long terme entre l'Union Européenne et la Russie.

La première partie de l'hypothèse n°4 est donc nuancée

***

La seconde partie de l'hypothèse n°4 est réfutée

4.6.5. Critiques de la méthode

En ce qui concerne les critiques de la méthode utilisée, nous souhaitons référer aux problèmes liés à la formation du corpus de texte, évoqués dans le chapitre 3. La problématique de codification est mentionnée dans le chapitre 1 de cette partie.

La méthode de mesure de la longueur de citation peut aussi faire l'objet de critique : Il n'est pas seulement pertinent de connaitre ce qui a été abordé mais aussi comment le sujet a été traité par les acteurs. C'est pour cela que les résultats ont été agrémentés de certaines citations directement extraites des interviews.

Enfin, L'état des lieux peut lui aussi être critiqué. Il lui manque parfois des outils de comparaison entre les instituts culturels de l'Allemagne et de la France : les structures sont différentes et difficile à mettre dans un même panier, les rapports des instituts culturels ne précisent pas les mêmes résultats selon les pays et les chiffres annoncés ne proviennent pas toujours des mêmes années. Malgré cela, il est possible d'avoir une

vue d'ensemble des deux structures institutionnelles en matière de diplomatie culturelle et de pouvoir les comparer.

4.6.6. Conclusion

> ***L'étude des acteurs des politiques culturelles allemandes et françaises en fédération de Russie a pour but de connaitre les enjeux et les intentions qui les animent lors de la mise en place des évènements culturels et artistiques coproduits par les instituts culturels de l'Allemagne et de la France en Russie.***
>
> ***Cette étude a aussi pour but de connaitre les modalités de coopération entre les acteurs des politiques culturelles allemandes et françaises en interne, avec les partenaires culturels locaux et avec les autres acteurs européens en matière d'action culturelle en Russie.***
>
> ***Il s'agit enfin de connaitre les difficultés les instituts culturels de l'France et de la France en Russie lors de la mise en place des évènements culturels et des coopérations mentionnées plus haut.***

Entre stratégies de coopérations culturelles et de promotion de la culture, la balance penche plus en faveur des premières du côté allemand et plus en faveur des secondes côté français.

Les difficultés majeures dans la mise en place de stratégies de coopérations restent les contraintes extérieures. Elles sont liées aux relations politiques tendues avec la Russie, à une société civile bridée, à un secteur culturel russe sous-financé. Les partenariats d'égaux-à-égaux prônés dans grandes lignes stratégiques des instituts culturels sont difficiles à mettre en place dans la pratique en termes de financement et, parfois, de représentations du monde.

Le réseau culturel de la France en Russie souffre non seulement d'un manque de moyens, mais surtout d'un problème d'autonomie vis-à-vis du corps diplomatique. Ces contraintes internes s'ajoutent donc aux contraintes externes mentionnées plus haut. Cela pousse les instituts culturels de la France à plutôt privilégier des stratégies de promotions culturelles.

Toutefois la relation culturelle entre l'Allemagne/la France et la Russie se maintient, se développe et peut s'appuyer sur une longue présence culturelle des deux pays. Des coopérations européennes se mettent lentement en place, malgré certaines lourdeurs administratives, lorsqu'il s'agit de faire travailler 27 États-membres ensemble. À ce niveau, Le tandem franco-allemand peut poser les bases de la diplomatie culturelle européenne.

Les échanges culturelles et humains doivent perdurer. Il est en revanche difficile d'affirmer qu'à eux seuls, ils arriveront à améliorer les tensions politiques entre l'Union Européenne et la Russie et jeter les bases d'un partenariat sur le long terme.

Cette conclusion doit néanmoins être nuancée par une synthèse entre les différents résultats obtenus dans la partie empirique et dans la partie théorique de cette thèse.

5. SYNTHÈSE ET CONCLUSION DE LA PARTIE EMPIRIQUE

Avant de se lancer sur la conclusion de la partie empirique, il nous faut revenir sur les hypothèses que nous avons formulées dans le protocole global de la recherche. Ces derniers font l'objet d'une vérification à partir des résultats obtenus durant cette partie. Nous abordons ensuite les critiques concernant les diverses méthodes employées ici. Nous pouvons ainsi conclure cette partie et passer à la synthèse des parties théorique et empirique.

5.1. VÉRIFICATIONS DES HYPOTHÈSES

5.1.1. Vérification de la première hypothèse

> ***Les évènements culturels et artistiques coproduits par les instituts culturels de l'Allemagne et de la France en Russie ont la capacité de changer les représentations du monde des différents participants et des intervenants issus des classes créatives allemande, française et russe en créant un nouvel espace commun.***

Lors des évènements culturels et artistiques le public passe un moment riche en émotion. Ils lui permettent de réfléchir sur des thèmes de société sous un fond artistique. L'image qu'il a du pays n'en sort toutefois pas transfigurée : elle ne s'enrichit que sur le long terme et avec d'autres facteurs que la fréquentation régulière des évènements. La visite du pays dans le cadre d'échanges interculturels fait notamment partie de ces facteurs d'enrichissement.

Les intervenants sont en quelque sorte le vrai public des manifestations culturelles et artistiques. Il s'agit bien souvent de membres de la classe créative allemande, française et russe. Les rencontres entre les différents intervenants amènent ces derniers à un enrichissement de leurs pratiques artistiques, de leurs représentations du monde et peuvent leurs ouvrir de nouvelles trajectoires professionnelles. Les instituts culturels jouent ici un rôle indirect en favorisant ces rencontres.

L'hypothèse n°1 est donc confirmée.

5.1.2. Vérification de la seconde hypothèse

> **Les instituts culturels de l'Allemagne et de la France sont déjà dans une approche d'accommodation en s'appuyant sur de nombreuses coopérations locales et européennes pour mettre en place leurs évènements culturels et artistiques. Les tensions politiques entre la Russie et l'Union Européenne, incluant l'Allemagne et la France, peuvent être un frein aux coopérations culturelles.**

Les instituts culturels ne travaillent jamais seuls. Un premier niveau de coopération a lieu en interne avec les ministères, les opérateurs centraux, le corps diplomatique, le chef du réseau culturel et les autres instituts culturels. Du côté allemand les différentes entités fonctionnent de manière relativement autonome les uns par rapport aux autres. La coopération est basée sur la recherche de consensus. Du côté français, il existe un rapport hiérarchique centralisé autour du ministère au niveau national et du poste diplomatique au niveau local. Le réseau culturel est l'exécutant des stratégies prisent en amont et les coopérations en interne sont basée sur des rapports de contrôle.

Au niveau européen des coopérations existent et se mettent progressivement en place. Ce processus est relativement lent et les modalités de collaboration sont plutôt lourdes. Bien qu'il existe quelques initiatives en Russie, les résultats ne sont pas encore visibles. Les coopérations franco-allemandes sont plus nombreuses et mieux établies. Elles ont le potentiel de structurer la diplomatie culturelle européenne dans les années à venir. Toutefois les structures et les moyens de l'Allemagne et de la France diffèrent et peuvent freiner les collaborations.

Au niveau local les instituts culturels de l'Allemagne et de la France sont relativement sur la même longueur d'onde : une diplomatie culturelle ne peut exister sans partenaire local. Pour cela la Russie dispose d'une scène culturelle très riche : les coopérations sont nombreuses, elles ne sont toutefois pas systématiques. Les partenaires culturels russes ne sont pas toujours libres dans le choix de leurs collaborations et le secteur de l'art contemporain est sous-financé en Russie. Des partenariats d'égal-à-égal ne sont pas facile à mettre en place dans la pratique. Les problématiques de coopérations locales sont moins liées aux relations politiques Russo-européennes qu'aux politiques culturelles en Russie.

L'hypothèse n°2 est donc plutôt confirmée

5.1.3. Vérification de la troisième hypothèse

> ***Les acteurs des politiques culturelles extérieures allemandes et françaises en fédération de Russie sont donc capables et désireux de mettre en œuvre une approche d'accommodation entre les classes créatives allemande et française et russe via leurs évènements culturels et artistiques ; cette approche étant privilégiée à celle du soft power.***

Les acteurs des politiques culturelles de l'Allemagne et de la France sont nombreux en Russie. Il s'agit indéniablement d'acteurs majeurs dans le domaine de la diplomatie culturelle en Russie. Toutefois l'Allemagne a des moyens plus importants que la France pour mettre en place sa programmation culturelle sur le territoire russe. Aussi, les deux pays présentent-ils deux approches différentes : du côté allemand il s'agit plutôt d'une approche de coopération culturelle, tandis que du côté français il s'agit plutôt de promouvoir sa culture.

Tous deux soulignent cependant l'importance d'échanges culturels réciproques, leurs stratégies sur ce point ne semblent pas radicalement opposées.

L'hypothèse n°3 est donc confirmée du côté allemand

***

L'hypothèse n°3 est à nuancer du côté français

5.1.4. Vérification de l'hypothèse transversale

> ***Grâce à l'approche d'accommodation, l'Allemagne et la France en association avec la Russie peuvent changer les représentations du monde des personnalités publiques européennes et russes pour trouver une issue aux relations tendues entre la Russie et l'Union Européenne afin d'établir les conditions d'un partenariat à long terme entre les deux parties.***

La vérification de la première hypothèse nous a permis de confirmer que les échanges culturels avaient effectivement la possibilité d'aboutir à des changements de représentations du monde, voire à des cocréations entre membres des classes créatives allemande, française et russe. Si les relations politiques tendues entre la Russie et les État-membres de l'Union Européenne freinent quelque peu les coopérations locales, elles restent possibles et encouragées au niveau individuel. Le dialogue interculturel est donc maintenu entre l'Allemagne, la France et la Russie. Les cultures sont proches et de nombreux lieux communs existent et peuvent être développés.

En revanche, sans volonté politique de la part des deux parties les relations entre la Russie et l'Union Européenne ne pourront être améliorées. Seuls, les échanges culturels ne pourront rien y changer. Cependant, les relations culturelles doivent être maintenues cout-que-cout. Les témoignages qui se dégagent de ces échanges sont autant de voix pour un apaisement entre la Russie et l'Union Européenne.

L'hypothèse transversale doit être fortement nuancée

5.2. CRITIQUE DES MÉTHODES UTILISÉES

Sans rentrer dans le détail des critiques attribuées aux différentes méthodes employées ici – cela a déjà été réalisé dans chaque chapitre de cette partie – c'est peut-être la diversité de ces dernières qui peut poser problème. S'il eut fallu se concentrer sur une méthode, c'est éventuellement sur les entretiens semi-directifs avec les intervenants artistiques. Les notes d'observation ont permis de poser le décor, l'enquête iconographique de démontrer l'inefficacité d'une diplomatie culturelle basée sur l'image d'un pays. Les interviews avec les acteurs des politiques culturelles de l'Allemagne et de la France en Russie ont permis de connaitre les modalités de coopérations, les stratégies que ces acteurs poursuivaient et les difficultés qu'ils ont à mettre en place leurs évènements culturels et artistiques. Toutes ces méthodes gravitent autour du cœur de la problématique de cette thèse : celle de connaitre

l'efficacité d'une approche d'accommodation aux différentes représentations du monde par le dialogue interculturel entre les classes créatives allemande, française et russe. C'est bien en recueillant les avis des intervenants artistiques qu'il était possible de connaitre les effets d'une telle approche le plus efficacement.

La diversité des méthodes utilisées peut toutefois être considérée comme un atout pour cette thèse. En abordant plusieurs angles de la diplomatie culturelle, les méthodes employées permettent de mettre en avant la supériorité d'une approche de coopération culturelle par rapport à celle de promotion culturelle en termes d'impact sur le public et les intervenants artistiques. Elles facilitent aussi la compréhension du contexte dans lequel les évènements culturels et artistiques se déroulent.

5.3. CONCLUSION

Buts de la partie empirique :

1. Saisir l'impact des évènements culturels et artistiques coproduits par les instituts culturels de l'Allemagne et de la France en Russie auprès du public et des intervenants artistiques.

2. Connaitre les modalités de la mise en place des manifestations culturelles et artistiques proposées par les instituts dans un contexte de coproduction.

3. Relever les stratégies des acteurs en lien avec les politiques culturelles extérieures de l'Allemagne et de la France en Russie.

Les buts fixés en introduction ont été atteints : l'impact des évènements auprès du public et des intervenants artistiques a pu être saisi de trois manières : 1) par des notes d'observation qui permettent de comprendre le déroulement des manifestations, 2) par une enquête iconographique qui laisse entrapercevoir ce que les impressions transmises par les évènements apportent à l'image d'un pays, 3) par des entretiens avec les intervenants artistiques sur ce que leurs ont apportés ces moments d'échanges dans leur parcours de vie, leurs performances et leurs représentations du monde. Il nous a aussi été possible de connaitre les modalités de coopérations au niveau interne, local et européens dans la mise en place d'évènements culturels et artistiques. Enfin, nous avons pu relever les stratégies et les difficultés des acteurs des politiques culturelles de l'Allemagne et de la France en Russie dans la réalisation de cette tâche.

Les résultats de la partie empirique semblent confirmés ce qui a été établi lors de la partie théorique. Une approche basée sur la coopération culturelle, même si elle est plus ciblée, a un impact plus important pour les personnes concernées, qu'une approche de promotion culturelle qui ratisse plus large, mais ne laisse que peu de traces lors que l'évènement est passé. Cette synthèse entre les parties théorique et empirique est l'objet de la conclusion générale qui nous faut aborder maintenant.

Conclusion générale

1. SYNTHÈSE DES PARTIES THÉORIQUE ET EMPIRIQUE

Pour conclure cette thèse, il nous faut revenir sur le contexte dans laquelle elle a été réalisée. Son enjeu principal est notamment de connaitre les modalités pour réaliser un *partenariat durable entre la Russie et l'Union Européenne* (où l'Allemagne et la France jouent un rôle majeur) dans un monde multipolaire et ainsi sortir de la relation conflictuelle actuelle entre les deux partis. La culture semble être une piste pour atteindre cet enjeu, puisque – selon l'approche constructiviste des relations internationales – elle est en mesure de *changer les logiques* des différents acteurs, qu'ils soient Européens ou Russes. La question générale de cette thèse est donc de savoir *si* et *comment* la culture, en tant que « troisième pilier de la politique extérieure », peut changer les représentations du monde de ces différents acteurs et permettre de construire ensemble un partenariat durable.

Le concept de soft power proposé par Joseph Nye semble, dans un premier temps, correspondre à l'idée de changer les logiques des acteurs internationaux. Il s'inscrit dans le champ lexical de la propagande, des relations publiques et de la diplomatie publique. Il a influencé de nombreuses politiques culturelles extérieures dont celles de la France et, dans une moindre mesure, celles de l'Allemagne. Ses limites sont celles d'une approche unilatérale, basée sur un pouvoir d'attraction aux contours floues. Les normes que véhicule un pays ne peuvent pas être considérées comme universelles et acceptées par tous. Il existe en effet des résistances de la part de pays, de groupes sociaux ou d'individus se sentent lésés. Le concept de soft power, en tant qu'approche pratique pour les politiques culturelles extérieures, comporte enfin des limites éthiques dans son intentionnalité : le fait de faire en sorte que les autres veulent ce que nous voulons signifie-t-il s'assurer une complaisance volontaire chez les autres ou partager avec eux ses aspirations ? Ce dernier cas s'avère lui-même problématique, lorsqu'il s'accompagne de l'idée que la culture de l'autre est déficitaire et qu'il est nécessaire de lui influer ses propres normes.

Face aux limites du soft power, il nous faut développer une autre approche théorique pensée pour la pratique. Elle se nomme *accommodation aux différentes représentations du monde par le dialogue interculturel entre les classes créatives* ou de manière simplifiée : l'*approche d'accommodation*. Cette dernière s'appuie en partie sur les travaux de Matthias Theodor Vogt sur la *théorie de l'appropriation culturelle* qui propose un apprentissage mutuel de la culture de l'autre lors *d'évènements culturels et artistiques*. Mais l'approche d'accommodation va plus loin que l'appropriation de nouvelles représentations collectives qui lient les mondes subjectifs

et individuels entre-eux, c'est-à-dire les *représentations du monde*. Elle propose de transformer et de construire ensemble ces espaces communs par un *dialogue interculturel* entre les *classes créatives* de différents pays. Les membres de cette classe ont en effet la possibilité de créer de nouvelles formes porteuses de sens qui trouvent un écho dans la société entière. La créativité est notamment stimulée par la diversité. Les créatifs peuvent donc trouver leur inspiration dans un autre pays au contact d'autres créateurs. Ainsi, la *diplomatie culturelle* doit être au service du dialogue interculturel afin d'aboutir à des *cocréations* entre créateurs de différents pays. Seuls des échanges culturels réciproques peuvent aboutir à des créations originales.

Les opérateurs de la diplomatie culturelle les plus à même de mettre en place l'approche d'accommodation sont les instituts culturels. Ils coproduisent notamment des évènements culturels et artistiques avec des partenaires locaux. Durant ces derniers les intervenants artistiques locaux et du pays représenté par l'institut culturel peuvent se rencontrer et aboutir à des cocréations. La partie empirique de cette thèse consiste donc en la vérification dans la pratique de cette approche d'accommodation. Le terrain observé pour cela est celui de la diplomatie culturelle de l'Allemagne et de la France en Russie. Il permet de reprendre les enjeux évoqués en début de thèse. L'originalité des méthodes utilisées pour cette étude est d'analyser les effets microsociologiques des évènements culturels et artistiques coproduits par les instituts culturels par trois angles : l'observation des impressions laissées par les évènements sur public, l'impact de ces derniers sur l'image du pays et l'apport de l'expérience interculturelle pour les intervenants artistiques. Enfin, pour comprendre le contexte dans lequel se déroulent les évènements culturels et artistiques, il est nécessaire de passer à un niveau méso- et macrosociologique en interrogeant les acteurs en lien avec les politiques culturelles de l'Allemagne et de la France en fédération de Russie.

Les résultats de la partie empirique montrent que les évènements culturels et artistiques sont en mesure d'enrichir les représentations du monde des intervenants artistiques ainsi que leurs parcours et leurs performances. Toutefois les instituts culturels ne participent qu'indirectement au processus en favorisant les rencontres entre les créateurs européens et russes. Même s'ils restent minoritaires, certains échanges peuvent aboutir à des cocréations. Si des barrières culturelles peuvent exister, elles ne sont pas très nombreuses au vu de la proximité culturelle entre l'Allemagne, la France et la Russie. Le public peut profiter de ces évènements non seulement pour passer un moment riche en émotions, mais aussi pour réfléchir à des thèmes de société sous fond artistique. L'image qu'ils ont du pays n'en sort pas transfigurée. Cette dernière ne change que sur le long terme et nécessite d'autres facteurs que la simple fréquentation des évènements culturels et artistiques proposés par les instituts culturels.

Le réseau culturel de l'Allemagne et de la France est important en Russie et dispose d'une longue tradition en termes de coopérations locales. Il peut en effet s'appuyer sur une scène culturelle très riche et dynamique sur tout le territoire russe. Les tensions politiques entre la Russie et l'Union Européenne peuvent affecter les coopérations locales, les partenaires culturels russes ne sont en effet pas toujours libres dans le choix de leurs partenariats. Les collaborations restent toutefois possibles et encouragées au niveau individuel. Des coopérations entre États-membres de l'Union Européenne se mettent progressivement en place au niveau culturel en Russie mais leur dispositif reste encore lourd. La coopération franco-allemande est plus dynamique et permet de réaliser quelques projets en commun malgré les différences de moyens et de structure de leur diplomatie culturelle en Russie. Les partenaires européens peuvent ainsi s'appuyer sur le tandem franco-allemand pour structurer une future diplomatie culturelle européenne.

Même si l'Allemagne comme la France sont attachées au principe d'échanges culturels réciproque, les acteurs des politiques culturelles allemandes en Russie insistent plus sur une approche de coopération culturelle, tandis que le côté français reste plutôt sur une approche de promotion cultuelle. Ces différences sont notamment liées à la structure interne des deux réseaux culturels : la centralisation du réseau culturel autour de l'ambassade et du ministère de l'Europe et des affaires étrangère en France a tendance à utiliser la culture comme un prolongement de sa représentation diplomatique à l'étranger. Les structures plus autonomes de l'Allemagne permettent de s'affranchir en partie du cadre national pour mieux penser les coopérations interculturelles. Les moyens plus conséquents côté allemand en Russie offrent également à ses instituts culturels une marge de manœuvre plus importante.

Entre soft power et accommodation, les résultats de la partie empirique semblent trancher en faveur de la seconde approche en termes d'impact, notamment sur les intervenants artistiques des différents pays. Toutefois, si le dialogue interculturel doit être maintenu quoi qu'il advienne, il ne permet pas de construire un partenariat entre la Russie et l'Union Européenne sur le long terme à lui tout-seul. Il faut lui insuffler une volonté politique qui semble indéniablement manquer des deux côtés. L'approche d'accommodation peut cependant faire pousser des voix individuelles ci-et-là à se prononcer pour un apaisement entre la Russie et l'Union Européenne. Seront-elles entendues au niveau politique ?

2. PERCEPTIVES DE RECHERCHES

2.1. LIMITES DE LA RECHERCHE

Les limites de la recherche se situe particulièrement sur le choix d'une question de départ peut-être trop large pour être répondu dans son intégralité. Il aurait été possible de se concentrer que sur les échanges artistiques et leurs apports pour les différents participants. Il semble toutefois qu'avec cette approche, tout le contexte aurait été ignoré. Comment aurions-nous justifié l'intérêt des coopérations culturelles par rapport à la simple promotion de la culture nationale ? Comment aurions-nous pu connaitre l'impact des échanges culturels au niveau politique ?

L'originalité de cette thèse porte peut-être moins sur l'élaboration de l'approche d'accommodation en soi que sur les méthodes développées pour mesurer son efficacité ainsi que pour connaitre l'inefficacité d'une approche basée sur la promotion de l'image d'un pays. Ainsi le travail effectué ici ne sert pas uniquement à un projet doctoral qui s'achève maintenant par ces dernières lignes. Il constitue la base sur laquelle il sera possible de continuer à creuser les pistes de recherches abordées ici.

2.2. PRÉPARATION DE L'APRÈS-THÈSE

Le doctorat ne se mesure pas seulement qu'à la réalisation d'une monographie, peu importe le nombre de page (plus de 800) et de références qu'elle contient (plus de 700). Il s'agit d'une expérience humaine et professionnelle extrêmement riche. De la soutenance du mémoire de master en novembre 2016, où l'idée du doctorat commençait lentement à germer, jusqu'à l'écriture de ces lignes en décembre 2021, en passant par les inscriptions universitaires en automne 2017 et l'obtention des bourses de la fondation pour l'économie allemande en avril 2018, de nombreuses expériences se sont accumulées. L'auteur de cette thèse s'est penché sur ses recherches pendant environ 7350 heures, a participé à plus de 300 séminaires de recherche et évènements culturels, il a fait au moins tout autant de rencontres. Il a pu réaliser quatre séjours en Russie, amélioré sa connaissance du pays et de la langue de Pouchkine et vivre des expériences humaines inoubliables. L'auteur de cette thèse n'oublie pas qu'il a pu se rendre dans sept autres pays en dehors de l'Allemagne, de la France et de la Russie et se rendre dans une cinquantaine de villes. Grâce à la fondation pour l'économie allemande, il a pu s'essayer au mandarin et comprendre les enjeux de la relation sino-russe. Enfin, ce fut l'occasion pour lui d'enseigner les politiques culturelles et l'histoire

culturelle à la haute-école de Zittau/Görlitz, d'intervenir lors de conférences internationales et d'écrire des articles en allemand, en anglais, en français et en russe.

Entre cette monographie et les expériences par lesquelles il a été traversé, l'auteur de cette thèse ne manque pas de pistes pour de nouvelles recherches.

1. L'après-thèse sera l'occasion pour approfondir dans des articles certains aspects de l'approche d'accommodation, notamment les mécanismes microsociologiques du dialogue interculturel, et des méthodes employées, comme l'analyse quantitative de dessins.
2. À partir des résultats de cette thèse, il aussi est possible d'établir des recommandations pour les politiques culturelles extérieures de l'Allemagne et de la France, notamment en Russie.
3. Plus concrètement, un projet de contribution à un colloque portant sur l'Histoire de la diplomatie culturelle française et organisée par la Sorbonne nouvelle en mai 2022 est en cours de préparation. Ce dernier s'intitule « Évolution et résonance de la coopération franco-allemande en matière d'action culturelle dans la Russie contemporaine. »
4. Enfin, un projet de recherche postdoctorale commence à murir. Il s'agirait d'une étude du rôle de l'Institut culturel franco-allemand à Bichkek par rapport aux influences chinoise et russe.

Parmi les débouchés professionnels possibles, trois seraient particulièrement envisageables :

1. Celui de la voie universitaire, avec à terme un poste de maitre de conférences en Allemagne ou en France.
2. Un travail au service de la diplomatie culturelle et scientifique d'un des deux pays.
3. Un travail au sein des institutions européennes, notamment le conseil de l'Europe qui observe l'application des conventions culturelles dans les pays concernés.

Bien sûr, d'autres pistes restent envisageables.

Bibliographie

Bruno-Nassim Aboudrar; François Mairesse, *La médiation culturelle*, Paris, Presses Universitaires de France / Humensis, 2ème éd., 2018.

Académie francaise, *Dictionnaire de l'Académie francaise*, Paris, 1694.

Frederick Adams, *The Informational Turn in Philosophy* in « Minds and Machines » n°13 2003], p. 471–501.

Valentin Ade, et al., *Mindset-Oriented Negotiation Training (MONT). Teaching More Than Skills and Knowledge* in « Frontiers in psychology », 9 / 2018], p. 907.

Albouraq, *Le Saint Coran. Essai de traduction en langue française du sens de ses versets*, Beyrouth, Albouraq, 2008.

Alliance française de Novossibirsk, *Наша команда*. https://afrus.ru/novossibirsk/langue-francaise376-2/, consulté le 03.11.2021.

Louis Althusser, *Idéologie et appareils idéologiques d'État* in « La Pensée », 151 / 1970.

Kirsti Andersen, *The Geometry of an Art. The History of the Mathematical Theory of Perspective from Alberti to Monge*, New York, Springer, 2009.

Ethan A. Andrews; Charlton T. Lewis, *A Latin dictionary. Founded on Andrews' edition of Freund's Latin dictionary*, Oxford, Clarendon Press, 1987.

Helmut K. Anheier, *Die Auswärtige Kultur- und Bildungspolitik Deutschlands im internationalen Vergleich*, Berlin, 2017.

Simon Anholt, *Deutschland von außen. Marke Rechtschaffenheit* in « Zeitschrift für KulturAustausch » n°3/4 2005.

Simon Anholt, *Competitive identity. The new brand management for nations, cities and regions*, New York, Palgrave Macmillan, 2007.

Simon Anholt, *Places. Identity, image and reputation*, Basingstoke, Palgrave Macmillan, 2010.

Heinz Antor, *Interculturality or Transculturality?* in Rings, Guido; Rasinger, Sebastian M. (éd.), *The Cambridge handbook of intercultural communication*, Cambridge, New York, N.Y., Port Melbourne, New Delhi, Cambridge University Press, 2020], p. 68–82.

Jean-Marie Apostolidès, *Pinocchio ou l'éducation au masculin* in « Littérature », 73 / n°1 1989], p. 19–28.

Andreas von Arnauld, *Völkerrecht*, Heidelberg, C.F. Müller, 4ème éd., 2019.

Assemblée nationale, *Loi sur la presse*, 27 juillet 1849.

Assemblée nationale, *Avis de M. François Loncle sur le projet de loi de finances pour 2016 (n°3096). Tome II : Action Extérieure de l'État. Diplomatie culturelle et d'influence* 2015. https://www.assemblee-nationale.fr/14/budget/plf2016/a3113-tII.asp, consulté le 02.11.2021.

Daniel Audet, *Note mathématique. Une formule générale pour l'aire d'un polygone* in « Bulletin Association Mathématique du Québec », 56 / n°1 2016.

Michèle Audin, *Géométrie*, Les Ulis, EDP sciences, 2009.

Sylvain Auroux, *La pensée chinoise. Dictionnaire*, Paris (6, avenue Reille 75685), P.U.F, 2020.

John. L. Austin, *How to Do Things with Words*, Oxford, Oxford University Press, 1962.

Auswärtiges Amt, *Rahmenvertrag zwischen der Bundesrepublik Deutschland [...] und dem Goethe-Institut e. V., München [...]*, Berlin, 2004.

Auswärtiges Amt, *Auswärtige Kultur- und Bildungspolitik in Zeiten der Globalisierung. Partner gewinnen, Werte vermitteln, Interessen vertreten*, Berlin, 2011.

Auswärtiges Amt, *22. Bericht der Bundesregierung zur Auswärtigen Kultur- und Bildungspolitik. Europa Stärken, Freiräume schützen, Innovationen Fördern*, Berlin, 2018.

Auswärtiges Amt, *24. Bericht der Bundesregierung zur Auswärtigen Kultur- und Bildungspolitik*, Berlin, 2020.

Peter Bachrach; Morton S. Baratz, *Two Faces of Power* in « The Americun Political Science Review », 56 / Dec. 1962], p. 947–952.

Anatole Bailly, *Dictionnaire Grec ancien - Français*, Paris, Hachette, 1935.

David A. Baldwin, *Power and international relations. A conceptual approach*, Princeton, New Jersey, Princeton University Press, 2016.

Thierry Balzacq; Frédéric Charillon; Frédéric Ramel, *Manuel de diplomatie*, Paris, SciencesPo, 2018.

Quintin Barnes, *Today's Russian Intelligentsia. A New Role in the Post-Soviet Political Order* in « Elements », 5 / n°2 2015.

Charles Baudelaire, *Les fleurs du mal. Édition de 1861*, Paris, 18-Saint-Amand-Montrond, Gallimard; Impr. Bussière, 2ème éd., 2004.

Jonathan Baudoin, *Les embargos sont-ils efficaces?* in « La Tribune ».

Jean-Philippe Baulon, *La stratégie des Etats-Unis depuis l'entrée de Donald Trump à la Maison Blanche. Ruptures et continuités (2017-2018)* 2019. https://www.diploweb.com/La-strategie-des-Etats-Unis-depuis-l-entree-de-Donald-Trump-a-la-Maison-Blanche-ruptures-et.html, consulté le 03/08/2020.

Céline Bayou, *Le dialogue russo-européen sert-il un projet ? Une analyse des référentiels discursifs* in « Revue d'études comparatives Est-Ouest », 36 / n°3 2005], p. 71–107.

Milton J. Bennett, *Basic concepts of intercultural communication. Paradigms, principles, & practice selected readings*, Boston, Intercultural Press A Nicholas Brealey Pub. Company, 2013.

Edward L. Bernays, *Crystallizing Public Opinion*, New York, 1923.

Edward L. Bernays, *Propaganda*, New York, 1928.

Edward L. Bernays, *Public Relation*, Norman, 1952.

Augustin Berque, *Écoumène. Introduction à l'étude des milieux humains*, Paris, Belin, 2019.

John W. Berry; David L. Sam, *Acculturation and Adaptation* in Berry, John W.; Segall, Marshall H.; Kagitcibasi, Cigdem (éd.), *Handbook of cross-cultural psychology vol. 3. Social Behavior and applications*, Boston, Allyn and Bacon, 2ème éd., 1997], p. 291–326.

Elfriede Billmann-Mahecha, *Auswertung von Zeichnungen* in Mey, Günter; Mruck, Katja (éd.), *Handbuch qualitative Forschung in der Psychologie*, Wiesbaden, VS Verlag für Sozialwissenschaften, 1ère éd., 2010], p. 707–722.

Anne Birrell, *Chinese mythology. An introduction*, Baltimore, Johns Hopkins University Press, 1993.

Jürgen Bolten, *Rethinking Intercultural Competence* in Rings, Guido; Rasinger, Sebastian M. (éd.), *The Cambridge handbook of intercultural communication*, Cambridge, New York, N.Y., Port Melbourne, New Delhi, Cambridge University Press, 2020], p. 56–67.

Timofei V. Bordachev, *Les relations UE-Russie à l'ère du jeu à somme nulle* in « Politique étrangère », 1 / 2013.

Bertrand Bouckaert, *Le problème de l'altérité dans les «Recherches logiques» de Edmund Husserl* in « Revue Philosophique de Louvain », 99 / n°4 2001], p. 630–651.

Raymond Boudon, *La logique du social. Introduction à l'analyse sociologique*, Paris, Hachette, 1979.

Pierre Bourdieu, *La distinction. Critique sociale du jugement*, Paris, Les Éd. de Minuit, 2007, 1. éd. 1979.

Ugo Bratelli, *Apollodore, I, 7, 1-2* 2001. http://ugo.bratelli.free.fr/Apollodore/Livre1/I_7_1-2.htm, consulté le 15.04.2018.

Philippe Braud, *La science politique*, Paris, Presses universitaires de France, 1982.

Fernand Braudel, *Grammaire des civilisations*, Paris, Flammarion, 2008, 1. éd. 1963.

Cyrille Bret; Florent Parmentier, *UE - Russie. Dépasser les rivalités ?* in « Policy Paper », 170 / 2016.

Robin Brown, *Alternatives to Soft Power. Influence in French and German external cultural action* in Chitty, Naren (éd.), *Routledge handbook of soft power*, London, New York, Routledge, 2017], p. 37–47.

Alan Bryman, *Social research methods*, Oxford, New York, Oxford University Press, 2012.

Bundeszentrale für politische Bildung, *Zuzug von (Spät-)Aussiedlern und ihren Familienangehörigen | bpb* 1.4.2018. http://www.bpb.de/nachschlagen/zahlen-und-fakten/soziale-situation-in-deutschland/61643/spaet-aussiedler, consulté le 22/08/2018.

Eltjo Buringh; Jan L. van Zanden, *Charting the "Rise of the West": Manuscripts and Printed Books in Europe, A Long-Term Perspective from the Sixth through Eighteenth Centuries* in « The Journal of Economic History », 69 / n°02 2009], p. 409.

Thymian Bussemer, *Propaganda. Konzepte und Theorien*, Wiesbaden, Verlag für Sozialwissenschaften, 1ère éd., 2005.

Thymian Bussemer, *Propaganda. Theoretisches Konzept und geschichtliche Bedeutung*, ZZF - Centre for Contemporary History, 2013.

Edward H. Carr, *The Twenty Years' Crisis 1919-1939. An Introduction to the Study of International Relations*, London, Macmillan, 1946.

Hélène Carrère d'Encausse, *Il ne faut pas juger le pouvoir autoritaire de Poutine à l'aune de nos seuls critères* in « Figaro », 2018 / n°22891], p. 18.

Catéchisme de Trente 1566. http://catechisme.free.fr/cat1_sommaire.htm, consulté le 16.09.2019.

CDU; CSU; SPD, *Ein neuer Aufbruch für Europa; Eine neue Dynamik für Deutschland; Ein neuer Zusammenhalt für unser Land. Koalitionsvertrag zwischen CDU, CSU und SPD. 19. Legislaturperiode* in « ».

Centre Culturel Franco-Allemand | FGCC, *Qui sommes nous ?* http://www.frenchgermanculturalcenter.org/fr, consulté le 28.10.2021.

Centre National de Ressources Textuelles et Lexicales. http://www.cnrtl.fr, consulté le 04.04.2018.

Pierre Charles, *Missiologie et Acculturation* in « Nouvelle revue théologique », 75-1 / 1953], p. 15–32.

François Chaubet, *Rôle et enjeux de l'influence culturelle dans les relations internationales* in Billion, Didier; Martel, Frédéric; Fabius, Laurent (éd.), *Diplomatie d'influence. Entretien avec Laurent Fabius*, Paris, IRIS; Armand Colin, 2012], p. 93–101.

François Chaubet; Laurent Martin, *Histoire des relations culturelles dans le monde contemporain*, Paris, Armand Colin, 2011.

Aaron Cheak, *Magic through the Linguistic Lenses. Of Greek mágos, Indo-European *mag(h)-, Sanskrit maya and Pharaonic Egyptian heka.* in « Journal for the Academic Study of Magic », 2 / 2012], p. 260–287.

M. T. Cicéron, *Oeuvres complètes*, Paris, 1812, 1. éd. 1 siècle av. JC. Traducteur/rice : Jos.-Vict. Le Clerc.

Carl v. Clausewitz, *Vom Kriege*, Hamburg, Nikol, 4ème éd., 2012, 1. éd. 1832.

Paul Clavier, *L'idée d'univers* in Kambouchner, Denis (éd.), *Notions de philosophie*, Paris, Gallimard, 1995], p. 31–127.

Hillary Clinton, *Transcript Of Clinton's Confirmation Hearing* 13.01.2009. https://www.npr.org/templates/story/story.php?storyId=99290981&t=1548693125298, consulté le 28.01.2019.

Vincent Collen, *L'Europe toujours plus dépendante du gaz russe* in « Les Echos ».

Giancarlo Collet, *Theologische Begründungsmodelle von Inkulturation* in Frei, Fritz (éd.), *Inkulturation zwischen Tradition and Modernität. Kontexte, Begriffe, Modelle*, Freiburg Schweiz, Universitätsverlag, 2000], p. 337–354.

Jérôme Collin, *L'icône, image de l'invisible d'Egon Sendler. D'après les annotations de Jean-Marie Floch* in Floch, Jean-Marie; Collin, Jérôme (éd.), *Lecture de la Trinité de Roublev*, Paris, Presses universitaires de France, 1ère éd., 2009], p. 177–187.

COMM/DG/UNIT, *EEAS - European External Action Service - European Commission*. https://eeas.europa.eu/delegations/russia/search/site/_en?f%5B0%5D=im_field_regions%3A177&f%5B1%5D=bundle%3Aeeas_project&f%5B2%5D=sm_specific_content_type%3Aeeas_project%3Aall, consulté le 22/08/2018.

Commission générale de terminologie et de néologie, *Vocabulaire des relations internationales. Termes, expressions et définitions publiés au Journal officiel*, 2014.

Conférence sur la sécurité et la coopération en Europe, *Acte Final*, Helsinki, 1975.

Conférence sur la sécurité et la coopération en Europe, *Charte de Paris. Pour une nouvelle Europe*, Paris, 1990.

Conseil de l'Europe, *Livre blanc sur le dialogue interculturel. Vivre ensemble dans l'égale dignité*, Strasbourg, 2008.

Conseil d'État, *Fiche 14. Établissements publics industriels et commerciaux*, Paris, 2018.

Cour des comptes de l'Assemblée nationale, *Rapport : Le réseau culturel de la France à l'étranger*, September 2013.

Mihály Csíkszentmihályi, *Creativity. Flow and the psychology of discovery and invention*, New York, Harper Perennial, 1997.

Robert A. Dahl, *The concept of power* in « Behavioral Science », 2 / n°3 1957], p. 201–215.

Jocelyne Dakhlia, *La « culture nébuleuse » ou l'Islam à l'épreuve de la comparaison* in « Annales. Histoire, Sciences Sociales », 56 / n°6 2001], p. 1177–1199.

Nicole D'Almeida, *L'opinion publique* in « Hermès », 70 / 2014], p. 88–92.

Xavier Darcos, *Qu'est-ce que l'action culturelle française à l'étranger* 2011, consulté le 11.01.2017.

W. D. Davidson; J. V. Montville, *Foreign policy according to Freud* in « Foreign Policy », 45 / 1981], p. 145–157.

Clinton R. Dawkins, *The selfish gene*, Oxford, Oxford University Press, 4ème éd., 2016, 1. éd. 1976.

Richard Dawkins, *The selfish gene*, Oxford, Oxford Univ. Press, 1999.

Michel De Certeau, *La culture au pluriel*, Paris, Éditions du Seuil, 1993.

Raoul Delcorde, *Le métier de diplomate*, Bruxelles, 2018.

Gérard Deledalle, *La philosophie américaine*, Bruxelles, De Boeck Université, 3ème éd., 1998.

Delegation of the European Union to Russia, *Fact and figures about EU-Russia relations*. https://eeas.europa.eu/sites/default/files/eeas-eu-russia_relation-en_2021-07.pdf, consulté le 11.08.2021.

Rick Derksen, *Etymological dictionary of the Baltic inherited lexicon*, Leiden, Boston, Brill, 2015.

René Descartes; Jean-Marie Beyssade; Michelle Beyssade, *Méditations métaphysiques. Objections et réponses, suivies de quatre Lettres*, Paris, Flammarion, 2011, 1. éd. 1641, Meditationes de Prima philosophia.

Deutscher Bundestag, *Bericht der Enquete-Kommission Auswärtige Kulturpolitik. gemäß Beschluß des Deutschen Bundestages vom 23. Februar 1973*, Bonn, 07.10.1975.

Deutscher Bundestag, *Unterrichtung durch die Bundesregierung. Stellungnahme der Bundesregierung zu dem Bericht der Enquete-Kommission „Auswärtige Kulturpolitik" des Deutschen Bundestages*, Bonn, 23.09.1977.

Deutscher Bundestag, *Das Goethe-Institut. Institutionelle Strukturen und Einbindung in der Auswärtigen Kulturpolitik der Bundesrepublik Deutschland*, Berlin, 2006.

Deutscher Bundestag, *231. Sitzung. Paradigmenwechsel im Konzept zur Auswärtigen Kulturund Bildungspolitik des Auswärtigen Amtes vom September 2011*, 21.03.2013.

Deutscher Bundestag, *Bundeshaushaltsplan 2019. Einzeilplan 05*, Berlin, 2019.

Deutscher Bundestag, *Bundeshaushaltsplan 2020. Einzeilplan 05*, Berlin, 2020.

Dialogue de Trianon, *A propos*. https://dialogue-trianon.fr/a-propos/, consulté le 03.11.2021.

Dialogue de Trianon, *Les membres du Conseil de coordination*. https://dialogue-trianon.fr/les-membres-du-conseil-de-coordination/, consulté le 03.11.2021.

Die Zeit, *Russland lässt deutsche Stiftungen durchsuchen* in « ZEIT ONLINE ».

Peter Digeser, *The Fourth Face of Power* in « The Journal of Politics », 54 / n°N°4 1992], p. 977–1007.

Keith Dinnie, *Nation branding. Concepts, issues, practice*, Oxford, Butterworth-Heinemann, 1ère éd., 2008.

Steffen Dobbert, *Petersburger Dialog. Lobbyist Pofalla in Putins Diensten* in « ZEIT ONLINE ».

Hans Domizlaff, *Propagandamittel der Staatsidee*, Altona, 1932.

Elke Donalies, *Die Wortbildung des Deutschen. Ein Überblick*, Tübingen, G. Narr, 2ème éd., 2005, cop. 2005.

Duden, das Herkunftswörterbuch. Etymologie der deutschen Sprache, Berlin, Dudenverl., 5ème éd., 2014.

Kurt Düwell, *Zwischen Propaganda und Friedensarbeit. Geschichte der deutschen Auswärtigen Kulturpolitik im internationalen Vergleich* in Maaß, Kurt-Jürgen (éd.), *Kultur und Außenpolitik. Handbuch für Wissenschaft und Praxis*, Baden-Baden, Nomos, 3ème éd., 2015], p. 57-98.

Jacques Ellul, *Propagandes*, Paris, 1962.

Jacques Ellul, *Histoire de la Propagande*, Vendôme, 1976, 1. éd. 1967.

Benjamin A. Elman, *Civil Service Examinations (Kējǔ)* in Cheng, Linsun; Brown, Kerry (éd.), *Berkshire encyclopedia of China. Modern and historic views of the world's newest and oldest global power*, Great Barrington, Massachusetts, Berkshire Pub. Group, 2009], p. 405–410.

Erasmus+. *Statistical annex : enriching lives, opening minds*, [Luxembourg], [Publications Office].

Michel Espagne, *Les transferts culturels franco-allemands*, Presses universitaires de France, 1999.

EU National Institutes for Culture - EUNIC, *About*. https://www.eunicglobal.eu/about, consulté le 28.10.2021.

EU National Institutes for Culture - EUNIC; European External Action Service, *Joint Statement between EUNIC and the European External Action Service. Joint Statement*, 11th June 2021.

European Commission, *Sanctions de l'UE à l'encontre de la Russie concernant la crise en Ukraine* 2018. https://europa.eu/newsroom/highlights/special-coverage/eu-sanctions-against-russia-over-ukraine-crisis_fr, consulté le 09.08.2018.

European Commission, *Russia - Trade*. https://ec.europa.eu/trade/policy/countries-and-regions/countries/russia/, consulté le 08.11.2021.

eurostat, *Internationaler Warenverkehr im Jahr 2017. Ein Drittel des Handels der EU erfolgte mit den Vereinigten Staaten und China*, 26/03/2018.

Ludwig Fahrmeir, et al., *Statistik. Der Weg zur Datenanalyse*, Berlin, Heidelberg, Springer Berlin Heidelberg, 2001.

Ying Fan, *Soft Power. Power of attraction or confusion* in « Place Branding and Public Diplomacy » 2008], p. 147–158.

Vanessa Fargnoli, *Viol(s) Comme Arme De Guerre*, Paris, L'Harmattan, 2012.

David Fayon, *Web 2.0 et au-delà. Nouveaux internautes : du surfeur à l'acteur*, Paris, Economica, 2008.

Valentina Feklyunina, *Soft power and identity. Russia, Ukraine and the 'Russian world(s)'* in « European Journal of International Relations », 22 / n°4 2016], p. 773–796.

Rémi Féraud, *Projet de loi de finances pour 2021 : Action extérieure de l'État. Les crédits des programmes 151 et 185*, 2020.

Gilles Feyel, *La presse en France des origines à 1944. Histoire politique et matérielle*, Paris, Ellipses, 2ème éd., 2007.

Israël Finkelstein; Neil A. Silberman, *La Bible dévoilée. Les nouvelles révélations de l'archéologie*, Paris, Bayard, 2008.

Lorenz Fischer; Günter Wiswede, *Grundlagen Der Sozialpsychologie*, De Gruyter.

Sabine Fischer, *Not Frozen! The Unresolved Conflicts over Transnistria, Abkhazia, South Ossetia and Nagorno-Karabakh in Light of the Crisis over Ukraine*, Berlin, 2016.

Sabine Fischer, *Sanktionen als Dauerzustand. Vorschlag für eine Flexibilisierung der EU-Sanktionspolitik gegenüber Russland* in « SWP - Aktuell », 24 / April 2017.

Fiske, Susan T., Berdahl, Jennifer, *Social power* in Higgins, Edward Tory; Kruglanski, Arie W. (éd.), *Social psychology. Handbook of basic principles*, New York, London, The Guilford Press, 2ème éd., 2007], p. 678–692.

Camille Flammarion, *L'atmosphère. Météorologie populaire*, Paris, Librairie Hachette Et Cie, 1888.

Jean-Marie Floch; Jérôme Collin, *Lecture de la Trinité de Roublev*, Paris, Presses universitaires de France, 1ère éd., 2009.

Richard L. Florida, *Cities and the creative class*, New York (N.Y.), London, Routledge, 2005.

Richard L. Florida, *The rise of the creative class*, New York, N.Y., Basic Books, 2012.

Fondation Alliance Française, *Statuts*, Paris, 2007.

Fondation Alliance Française; Institut français; Ministère de l'Europe et des Affaires Étrangères, *Convention tripartite de partenariat. Convention tripartite*, 2 octobre 2019.

Fondation des Alliances Françaises, *Rapport d'activité 2019*, Paris, 2019.

Fonds culturel franco-allemand, *Fonds culturel franco-allemand Appel à projets. Édition 2022*, Paris, Berlin, 2021.

Michel Foucault, *The Subject and Power* in « Critical Inquiry », 8 / n°4 1982], p. 777–795.

Michel Foucault, *Surveiller et punir. Naissance de la prison*, Paris, Gallimard, 1993, 1. éd. 1975.

Michel Foucault, *Histoire de la sexualité*, Paris, Gallimard, 1994.

Michel Foucault, *Analytik der Macht*, Frankfurt am Main, Suhrkamp, 7ème éd., 2017, 1. éd. 1978.

Michel Foucher, *L'Europe et l'avenir du monde*, Paris, Odile Jacob, 2009.

Robert Frank, *Culture et relations internationales. Les diplomaties culturelles* in Frank, Robert (éd.), *Pour l'histoire des relations internationales*, Paris (6, avenue Reille 75685), P.U.F, 2ème éd., 2012a], p. 371–386.

Robert Frank, *Culture et relations internationales. Transferts culturels et circulation transnationale* in Frank, Robert (éd.), *Pour l'histoire des relations internationales*, Paris (6, avenue Reille 75685), P.U.F, 2ème éd., 2012b], p. 437–451.

Félix Gaffiot; Pierre Flobert, *Le grand Gaffiot. Dictionnaire latin-français*, Paris, Hachette, 2000.

Giulio M. Gallarotti, *Cosmopolitan power in international relations. A synthesis of realism, neoliberalism, and constructivism*, Cambridge, New York, Cambridge University Press, 2010.

Giulio M. Gallarotti, *Soft Power. What it is, Why it's Important, and the Conditions Under Which it Can Be Effectively Used* in « Journal of Political Power », 4 / 2011], p. 25–47.

Père F. Garasse, *La doctrine curieuse des beaux esprits de ce temps, ou prétendus tels. Contenant plusieurs maximes pernicieuses à la Religion, à l'Etat, & aux bonnes Moeurs.*, Paris, Sébastien Chappelet, rue saint Jacques au Chapelet, 1624.

Anne Gazeau-Secret, *Pour un "soft power" à la française : du rayonnement culturel à la diplomatie française* in « l'ENA hors des murs » n°n°399 2010], p. 9–12.

Heinrich Georges, *Ausführliches lateinisch-deutsches Wörterbuch*, Hannover, Hahnschen Buchhandlung, 1913.

Volker Gerhardt, *Vom Willen zur Macht. Anthropologie und Metaphysik der Macht am exemplarischen Fall Friedrich Nietzsches*, Berlin, Boston, De Gruyter, 1996.

Robert. Geroch, *General relativity from A to B*, Chicago, London, University of Chicago press, 1978.

Joël Giraud, *Rapport fait au nom de la commission des finances, de l'économie générale et du contrôle budgétaire sur le projet de loi de finances pour 2019 (n°1255)*, 2018.

Jerry Glover; Harris L. Friedman, *Transcultural competence. Navigating cultural differences in the global community*, Washington D.C., American Psychological Association, 2015.

Goethe-Institut e. V. Zentrale, *Jahrbuch 2012/2013*, München, 2013.

Goethe-Institut e. V. Zentrale, *Jahrbuch 2019/2020. Schwerpunktthema: Europa*, München, 2020.

Goethe-Institut e.V. Zentrale, *Kultur wirkt. Mit Evaluation aussenbeziehungen nachhaltiger gestalten*, München, 2016.

Goethe-Institut Russland, *Kooperationspartner*. https://www.goethe.de/ins/ru/de/sta/koo.html, consulté le 30.10.2021.

Goethe-Institut Russland, *Länder der Region*. https://www.goethe.de/ins/ru/de/kul/sup/kib/lae.html, consulté le 30.10.2021.

Goethe-Institut Russland, *Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter - Moskau*. https://www.goethe.de/ins/ru/de/sta/mos/ueb/mit.html, consulté le 30.10.2021.

Goethe-Institut Russland, *Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter - Nowosibirsk*. https://www.goethe.de/ins/ru/de/sta/now/ueb/mit.html, consulté le 30.10.2021.

Goethe-Institut Russland, *Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter - St. Petersburg*. https://www.goethe.de/ins/ru/de/sta/pet/ueb/mit.html, consulté le 30.10.2021.

Goethe-Institut Russland, *Über uns - St. Petersburg*. https://www.goethe.de/ins/ru/de/sta/pet/ueb.html, consulté le 30.10.2021.

Gustavo Gomez-Mejia; Jérémie Nicey; Shabnam Vaezi, *Questionner les pouvoirs éditoriaux de Google* in « Communication & langages » n°188 2016], p. 23–43.

Pierre Gonneau, *Histoire de la Russie. D'Ivan le Terrible à Nicolas II / 1547-1917*, Paris, Tallandier, 2016.

Antonio Gramsci, *Gefängnishefte*, Hamburg, Argument-Verl., 1996, 1. éd. 1948-1951 postum.

Frédéric Gros, *Michel Foucault*, Paris (6, avenue Reille 75685), Presses universitaires de France, 2017.

Donald Grunewald; Giri Dua; Robert J. Petrausch, *Public relations. A primer for business executives*, New York, iUniverse, 2008.

James E. Grunig; Todd Hunt, *Managing public relations*, Fort Worth, Holt Rinehart and Winston, 1984.

Walter Grünzweig, *Parasitic Simulacrum. Ralph Waldo Emerson, Richard Florida, and the Urban 'Creative Class'* in Sattler, Julia. (éd.), *Urban transformations in the U.S.A. Spaces, communities, representations*, Bielefeld, Transcript, 2016], p. 81–100.

Nathalie Guibert, *Manœuvres militaires Zapad 2017. la Russie a testé une guerre majeure, juge l'OTAN* in « Le Monde ».

Roland Guillon, et al., *Vers une très grande Europe. Quelle taille minimale pour l'Europe dans la mondialisation du XXIe siècle ?*, Paris, L'Harmattan, 2008.

Stefano Guzzini, *Power, realism and constructivism*, London, Routledge, 2013.

Daniel Haize, *L'action culturelle et de coopération de la France à l'étranger. Un réseau, des hommes*, Paris, L'Harmattan, 2012.

Daniel Haize, *La diplomatie culturelle française : une puissance douce?* in « Ceriscope » 2013.

Daniel Haize, *Les moyens de la diplomatie culturelle. Ou comment se tirer une balle dans le pied* 2017. https://www.editions-harmattan.fr/auteurs/article_pop.asp?no=32083&no_artiste=23026, consulté le 02.11.2021.

T. Hall, *An Unclear Attraction: A Critical Examination of Soft Power as an Analytical Category* in « The Chinese Journal of International Politics », 3 / n°2 2010], p. 189–211.

Edith Hamilton, *La mythologie. Ses dieux, ses héros, ses légendes*, Vanves, Marabout, 2019.

Byung-Chul Han, *Was ist Macht ?*, Stuttgart, P. Reclam, 2005.

Byung-Chul Han, *Psychopolitik. Neoliberalismus und die neuen Machttechniken*, Frankfurt am Main, S. Fischer, 2014.

Horst Harnischfeger, *Auswärtige Kulturpolitik* in Schmidt, Siegmar (éd.), *Handbuch zur deutschen Außenpolitik*, Wiesbaden, VS-Verl. für Sozialwiss, 1ère éd., 2013], p. 713–723.

Falk Hartig, *Public Diplomacy*, Wiesbaden, Springer Fachmedien Wiesbaden, 2019.

Stephen Hawking, *Kurze Geschichte der Zeit*, Reinbeck bei Hamburg, Rowohlt Taschenbuch Verlag, 10ème éd., 2018, 1. éd. 1988 as "A brief history of Time : from the Big Bang to Black Holes". Traducteur/rice : Hainer Kober.

Martin Heidegger, *Gesamtausgabe. II Abteilung : Vorlesungen, 1919-1944*, Frankfurt am Main, Klostermann, 1975-2012.

Martin Heidegger, *Gesamtausgabe. Band 5*, Frankfurt am Main, Vittorio Klostermann, 1977.

Alexander Heintzel, *Propaganda im Zeitalter der Reformation. Persuasive Kommunikation im 16. Jahrhundert*, St. Augustin, Gardez!-Verl., 1998.

High Representative of the Union for Foreign Affairs and Security Policy, *joint communication to the european parliament, the european council and the council. On EU-Russia relations - Push back, constrain and engage*, Brussels, 16.6.2021.

Stephan Hobe; Otto Kimminich, *Einführung in das Völkerrecht*, Tübingen, Stuttgart, Francke; UTB, 10ème éd., 2014.

Adrien Houguet, *Kleinstadtbilder. Wie urban, wie ländlich sind unsere Kleinstädte am Beispiel der Loire-Atlantique und der Oberlausitz-Niederschlesien*, Saarbrücken, AV Akademikerverlag, 1ère éd., 2017.

Adrien Houguet, *The Intercultural Shaping of Intelligentsia's representations of the world. as an appropriate approach for an efficient foreign cultural policy* in « ACC Journal, Liberec » 2018], p. 32–44.

Adrien Houguet, *L'importance de l'approche d'accommodation dans la diplomatie publique de l'Allemagne et de la France en Russie*, 2019.

Adrien Houguet, *Platz der Sichtbarkeit im idealen Stadtbild. Bildliche Feldforschung zur urbanen politischen Ästhetik in Deutschland, Georgien und Polen* in Vogt, Matthias Theodor (éd.), *Gesellschaftlicher Zusammenhalt, politische Ästhetik und kulturelle Semantik*, 2019.

Adrien Houguet, *Об аккомодации в гуманитарной политике Германии и Франции в Российской Федерации* in Velikaya, Anna (éd.), *Regional Aspects of Humanitarian Politics*, Moscow, 2019.

Adrien Houguet, *Perceptions de l'Allemagne, de la France et de la Russie à travers le regard de l'autre. Résultats de l'analyse quantitative de dessins sur les représentations de sa « propre » société et des sociétés « étrangères »* 2020. http://www.s8adhoug.bplaced.net/Publications.php?modal=#myModal8, consulté le 06/10/2020.

Adrien Houguet, *Современные взаимные представления немцев, французов и россиян друг о друге. На примере анализа тестовых рисунков* in Лабутина, Татьяна Леонидовна (éd.), *«Свои» и «Чужие» на Западе и в России. Взаимодействие и восприятие культур*, Санкт-Петербург, Алетейя, 2020.

Charles-Edouard Houllier-Guibert, *De villes en métropoles. La 'classe créative' en débat* 2010. http://geoconfluences.ens-lyon.fr/doc/typespace/urb1/popup/MontrealFlorida.htm?fbclid=IwAR22adoAnBLHrrsF9UoxMJaNeIpkgpUcf3f8pqIehrikF_uPA-HuLtdpdcg.

Alan Hunt, *Public diplomacy. What it is and how to do it*, Châtelaine, UNITAR United Nations Institute for Training and Research, 2015.

Samuel P. Huntington; Zbigniew Brzezinski, *The clash of civilizations and the remaking of world order*, New York, London, Toronto etc..., Simon & Schuster, 1ère éd., 2011 [1ère ed. 1996].

Edmund Husserl, *La crise de l'humanité européenne et la philosophie*, 2012, 1. éd. 1936. Traducteur/rice : Nathalie Depraz.

Huyghe; François-Bernard, *Politiques d'influence. Diplomatie publique et soft power* 16 mai 2010. https://www.huyghe.fr/actu_777.htm, consulté le 13.02.2019.

Institut français, *Contrat d'objectifs et de moyens. 2017-2019*, Paris, 2017.

Institut français, *Rapport d'activité 2019*, Paris, 2019.

Institut français, *Organigramme* 2021. https://www.if.institutfrancais.com/fr/organigramme, consulté le 28.10.2021.

Institut Francais de Russie, *Alliances françaises*. https://www.institutfrancais.ru/fr/regions/alliances-francaises, consulté le 02.11.2021.

Institut Francais de Russie, *Contacts*. https://www.institutfrancais.ru/fr/russie/institut-francais-russie, consulté le 15.07.2021.

Institut Francais de Russie, *Agenda 2019*. https://www.institutfrancais.ru/fr/agenda/mois?antenne=All&date=2019, consulté le 02.11.2021.

Samantha Joel; Paul W. Eastwick; Eli J. Finkel, *Is Romantic Desire Predictable? Machine Learning Applied to Initial Romantic Attraction* in « Psychological science », 28 / n°10 2017], p. 1478–1489.

Alain Juppé; Louis Schweitzer, *Livre blanc sur la politique étrangère et européenne de la France. 2008-2020*, 2007.

Ernst H. Kantorowicz, *The king's two bodies. A study in mediaeval political theology*, Princeton, Princeton University Press, 1997, 1. éd. 1957.

Paul Katzenberger, *"Das Problem sind nicht die Wahlfälschungen"* in « Süddeutsche Zeitung ».

Alan C. Kay, *The Early History of Smalltalk* in « The Second ACM SIGPLAN History of Programming Languages Conference (HOPL-II) » 1993.

David W. Kearn, *The hard truths about soft power* in « Journal of Political Power », 4 / n°1 2011], p. 65–85.

Norman Kempster, *Just Kidding, Russian Says After Cold War Blast Stuns Europeans* in « Los Angeles Times ».

Robert O. Keohane; Joseph S. Nye, Jr., *Power and Interdependence revisited* in « International Organization », 41 / n°04 1987], p. 725.

Marie-Christine Kessler, *La diplomatie culturelle* in Balzacq, Thierry; Charillon, Frédéric; Ramel, Frédéric (éd.), *Manuel de diplomatie*, Paris, SciencesPo, 2018], p. 263–274.

John M. Keynes, *The Economic Consequences of the Peace*, Newburyport, Dover Publications, 2013 [1st ed. 1919].

Béatrice Khaiat, *Chiffres clés*, Paris, Avril 2018.

Saif U. Khan; Owais Mufti, *The Hot History & Cold Future of Brands* in « Journal of Managerial Sciences » n°1 2014.

Deborah Kireg, *Alles nur geklaut. WTF ist eigentlich Cultural Appropriation* in Berendsen, Eva; Cheema, Saba-Nur; Mendel, Meron (éd.), *Trigger-Warnung. Identitätspolitik zwischen Abwehr, Abschottung und Allianzen*, Berlin, Verbrecher Verlag, 2019], p. 105–128.

Gabriele Klein, *Kultur* in Korte, Hermann; Schäfers, Bernhard (éd.), *Einführung in Hauptbegriffe der Soziologie*, Wiesbaden, Springer Fachmedien Wiesbaden, 2016], p. 277–301.

Arthur Koestler, *The act of creation*, London, Hutchinson & co, 1964.

Hans-Christof Kraus, *Versailles und die Folgen. Die Außenpolitik zwischen Revisionismus und Verständigung (1919-1933)*, Berlin, Bebra, 1ère éd., 2009.

Julia Kristeva-Joyaux, *Le message culturel de la France et la vocation interculturelle de la francophonie*, 2009.

Guus Kroonen, *Etymological dictionary of proto-Germanic*, Leiden, Brill, 2013.

Udo Kuckartz, *Qualitative Inhaltsanalyse. Methoden, Praxis, Computerunterstützung*, Weinheim, Beltz Verlagsgruppe, 4ème éd., 2018.

Łukasz Kulesa; Ivan Timofeev; Joseph Dobbs, *Damage Assessment. EU-Russia relations in crisis*, London, 2017.

Michael Kunczik, *Public Relations. Konzepte und Theorien*, Köln, Böhlau, 5ème éd., 2010.

La France en Russie - Consulat général de France à Ekaterinbourg, *Les Amis de la France*. https://ru.ambafrance.org/Les-Amis-de-la-France-13973, consulté le 02.11.2021.

Seth Lachterman, *It's All in the Presentation: A New Look at Schopenhauer* 2009. http://newyorkarts.net/2009/06/presntationnew-look-at-schopenhauer/, consulté le 09.05.2018.

Philippe Lane, *French scientific and cultural diplomacy*, Liverpool, Liverpool University Press, 2013.

Philippe Lane, *Présence française dans le monde. L'action culturelle et scientifique*, La Documentation française, 2016.

Richard L. Lanigan, *Information theories* in Cobley, Paul; Schulz, Peter (éd.), *Theories and models of communication*, Berlin, De Gruyter Mouton, 2013], p. 59–83.

Annie Larivée; Alexandra Leduc, *Saint Paul, Augustin et Aristote comme sources gréco-chrétiennes du souci chez Heidegger* in « Philosophie », n° 69 / n°2 2001], p. 30.

Corinna Laude, *Daz in swindelt in den sinnen. Die Poetik der Perspektive bei Heinrich Wittenwiler und Giovanni Boccacio*, Berlin, E. Schmidt, 2002.

Robert J. Lavidge; Gary A. Steiner, *A Model for Predictive Measurements of Advertising Effectiveness* in « Journal of Marketing », 25 / n°6 1961], p. 59.

Christopher Layne, *The unbearable lightness of soft power* in Parmar, Inderjeet; Cox, Michael (éd.), *Soft Power and US Foreign Policy. Theoretical, historical, and contemporary perspectives*, London, New York, Routledge, 2010], p. 52–82.

Paul F. Lazarsfeld, *The people´s choice. How the voter makes up his mind in a presidential campaign*, New York, Sloan and Pierce, 1944.

Le Larousse de poche. Dictionnaire de la langue française et de la culture essentielle, Paris, Larousse, 2003.

Le Monde, *En Russie, une loi interdit les ONG « indésirables »* 24.05.2015. https://www.lemonde.fr/europe/article/2015/05/24/en-russie-une-loi-interdit-les-ong-indesirables_4639484_3214.html, consulté le 03/09/2018.

Gustave Lebon, *Psychologie des foules*, Paris, 1905, 1. éd. 1895.

Maxime Lefebvre, *La Russie et l'Occident. dix contentieux et une escalade inévitable ?* in « Question d'Europe » n°379 2016.

Gottfried W. Leibniz, *Novissima Sinica. Historiam nostri temporis illustratura*, s. l., 1697.

Mark Leonard; Catherina Stead; Conrad Smewing, *Public diplomacy*, London, Foreign Policy Centre, 2002.

Rudolf W. Leonhardt, *Wer errichtet die Säule Kulturpolitik?* in « ZEIT Archiv », 28. März / n°Ausgabe 13.

Walter Lippmann, *Public opinion*, New Brunswick (N.J.), London, Transaction Publishers, 1991.

Loi du 29 juillet 1881 sur la liberté de la presse (éd.), *Journal officiel*.

Niklas Luhmann, *Macht*, Konstanz, München, UVK-Verl.-Ges; UVK/Lucius, 4ème éd., 2012.

Niklas Luhmann, *Soziologische Aufklärung 4. Beiträge zur funktionalen Differenzierung der Gesellschaft*, Wiesbaden, VS Verl. für Sozialwiss, 5ème éd., 2018.

Steven Lukes, *Power. A radical view*, Houndmills, NewYork, Palgrave Macmillan, 2ème éd., 2005, 1. éd. 1974.

Jean-François Lyotard, *La phénoménologie*, Paris, Presses universitaires de France, 14ème éd., 2007.

Kurt-Jürgen Maaß, *Das deutsche Modell – Die Mittlerorganisationen* in Maaß, Kurt-Jürgen (éd.), *Kultur und Außenpolitik. Handbuch für Wissenschaft und Praxis*, Baden-Baden, Nomos, 3ème éd., 2015], p. 263–277.

Kurt-Jürgen Maaß, *Kultur und Außenpolitik. Handbuch für Wissenschaft und Praxis*, Baden-Baden, Nomos, 3ème éd., 2015.

Kurt-Jürgen Maaß, *Vielfältige Umsetzungen. Ziele und Instrumente der Auswärtigen Kulturpolitik* in Maaß, Kurt-Jürgen (éd.), *Kultur und Außenpolitik. Handbuch für Wissenschaft und Praxis*, Baden-Baden, Nomos, 3ème éd., 2015], p. 47-54.

Kurt-Jürgen Maaß, *Soft-Power-Kultur schafft Akzeptanz. Zur Renaissance von Kultur- und Außenpolitik* in Zimmermann, Olaf; Brüheim, Theresa (éd.), *Die dritte Säule: Beiträge zur Auswärtigen Kultur- und Bildungspolitik*, Berlin, Deutscher Kulturrat, 2018], p. 74–76.

Machiavel, *Le prince*, Paris, 2018, 1. éd. 1515. Traducteur/rice : T'Serstevens, Albert.

Niccolò Machiavelli, *Il Principe. Der Fürst*, Stuttgart, Reclam, 2001 [1ère ed. 1532].

Ian Manners, *Normative Power Europe: A Contradiction in Terms?* in « JCMS: Journal of Common Market Studies », 40 / n°2 2002], p. 235–258.

Thierry Mariani; Jean-Pierre Dufau, *Rapport d'information. sur la crise ukrainienne et l'avenir des relations entre la Russie et l'Union européenne et la France*, 30.06.2016.

Ivana Marková, *Influence et dialogicité* in « Bulletin de psychologie », 5 / n°5 2011], p. 391–398.

Frédéric Martel, *Culture : pourquoi la France va perdre la baitaille du « soft power »* 2010, consulté le 11.01.2017.

Frédéric Martel, *Vers un soft power à la francaise* in Billion, Didier; Martel, Frédéric; Fabius, Laurent (éd.), *Diplomatie d'influence. Entretien avec Laurent Fabius*, Paris, IRIS; Armand Colin, 2012], p. 67–76.

Kaare D. Martinsen, *The Russian-Belarusian Union and the Near Abroad* in « Institutt for Forsvarsstudier ad pontes » 2002.

G. Maspero, *Histoire ancienne des peuples de l'orient classique. Les origines*, Paris, Librairie Hachette Et Cie, 1895.

Matteo Ricci, *Histoire de l'expedition chrétienne au royaume de la Chine entreprise par les pères de la compagnie de Jésus [...]. Tirée des mémoires du R. P. Matthieu Ricci par le R. P. Nicolas Trigault*, Lille, 1617. Traducteur/rice : S. D. F. de Riquebourg-Trigault.

Janice B. Mattern, *Why `Soft Power' Isn't So Soft: Representational Force and the Sociolinguistic Construction of Attraction in World Politics* in « Millennium: Journal of International Studies », 33 / n°3 2005], p. 583–612.

Simone Mazauric, *Savoirs et philosophie à Paris dans la première moitié du XVIIe siècle. Les conférences du Bureau d'Adresse de Théophraste Renaudot ; (1633-1642)*, Paris, Publ. de la Sorbonne, 1997.

Jonathan McClory, *The Soft Power 30. A Global Ranking of Soft Power 2018*, London, 2018.

George H. Mead; Charles W. Morris, *Mind, Self, and Society. From the Standpoint of a Social Behaviorist*, Chicago, University of Chicago press, 7ème éd., 1972, 1. éd. 1967.

Joost A. M. Meerloo, *Rape of the mind. [the psychology of thought control, menticide, and brainwashing]*, [United States], Pickle Partners Publishing; Made available through hoopla, 2015.

Jan. Melissen, *The new public diplomacy. Soft power in international relations*, New York, Palgrave Macmillan, 2005.

Marek Menkiszak, *Wielka Europa. Putinowska wizja (dez)integracji europejskiej*, Warszawa, Ośrodek Studiów Wschodnich im. Marka Karpia, 2013.

Milnor; John, *On the concept of attractor* in « Communications in Mathematical Physics », 99 / n°2 1985], p. 177–195.

Ministère de la culture et de la communication, *L'action internationale du ministère de la Culture* 2020. https://www.culture.gouv.fr/Sites-thematiques/Europe-et-international/L-action-internationale-du-ministere-de-la-Culture/Les-acteurs-de-la-cooperation-culturelle.

Ministère de l'Europe et des Affaires Étrangères, *Traité d'Aix-la-Chapelle sur la coopération et l'intégration franco-allemandes*. https://www.diplomatie.gouv.fr/fr/dossiers-pays/allemagne/relations-bilaterales/traite-d-aix-la-chapelle-sur-la-cooperation-et-l-integration-franco-allemandes/, consulté le 28.10.2021.

Kenji Miyamoto, *The CIA MKULTRA Subproject 119 Was Their Initial Electromagnetic Program, Though Not Yielding Any Substantial Methodologies* in « SSRN Electronic Journal » 2018.

Gabriel Moser, *Les relations interpersonnelles*, Paris, Presses universitaires de France, 1994.

Pierre Moulinier, *Les politiques publiques de la culture en France*, Paris, Presses Universitaires de France / Humensis, 8ème éd., 2020.

Pierre Muller, *Les politiques publiques*, Paris, Presses universitaires de France, 8ème éd., 2009.

N.N., *Gambling and Vice in the State Capital* in « The Brooklyn Daily Eagle ».

Isaac Newton, *Philosophiae naturalis principia mathematica*, Londres, 1687.

Vyacheslav Nikonov, *La Russie et l'Occident. Des illusions au désenchantement* in « Critique internationale », 12 / n°3 2001], p. 175.

Bastien Nivet, *La puissance ou l'influence. Un détour par l'experience européenne* in Billion, Didier; Martel, Frédéric; Fabius, Laurent (éd.), *Diplomatie d'influence. Entretien avec Laurent Fabius*, Paris, IRIS; Armand Colin, 2012], p. 83–92.

Dieter Nohlen; Florian Grotz, *Kleines Lexikon der Politik*, München, Beck, 6ème éd., 2015.

Dieter Nohlen; Rainer-Olaf. Schultze; Suzanne S. Schüttemeyer, *Lexikon der Politik*, München, C.H. Beck, 1998.

Northern Dimension Partnership on Culture, *About us*. https://www.ndpculture.org/ndpc, consulté le 28.10.2021.

Joseph S. Nye, Jr., *Bound to lead. The changing nature of American power*, New York, 1990.

Joseph S. Nye, Jr., *Soft Power* in « Foreign Policy », N°80 / 1990], p. 153–171.

Joseph S. Nye, Jr., *Soft power. The means to success in world politics*, New York, Public Affairs, 2004a.

Joseph S. Nye, Jr., *The Future of Soft Power in US Foreign Policy* in Parmar, Inderjeet; Cox, Michael (éd.), *Soft Power and US Foreign Policy. Theoretical, historical, and contemporary perspectives*, London, New York, Routledge, 2010.

Joseph S. Nye, Jr., *The future of power*, New York, PublicAffairs, 2011.

Joseph S. Nye, Jr., *Soft power. The origins and political progress of a concept* in « Palgrave Communications », 3 / n°1 2017b.

Joseph S. Nye, Jr., *Soft Power and Public Diplomacy Revisited* in Melissen, Jan.; Wang, Jian. (éd.), *Debating public diplomacy. Now and next*, Leiden, Boston, Brill Nijhoff, 2019], p. 7–20.

Derek Offord; Vladislav Rjéoutski; Gesine Argent, *The French Language in Russia. A Social, Political, Cultural, and Literary History*, Amsterdam, Amsterdam University Press, 2018.

Hendrik W. Ohnesorge, *Soft power. The forces of attraction in international relations*, Cham, Switzerland, Springer, 2020.

Konrad Onasch, *Ikone. Kirche, Gesellschaft*, Paderborn [etc.], Schöningh, op. 1996.

Online Etymology Dictionary. https://www.etymonline.com/, consulté le 05/11/2020.

Pascal Orcier, *L'Europe entre associations, alliances et partenariats. L'état de l'Union européenne, de la zone euro, de l'espace Schengen et de l'Otan au 1er juillet 2017* 2015-2018. http://geoconfluences.ens-lyon.fr/doc/etpays/Europe/EurDoc13.htm, consulté le 21.08.2018.

Organisation des Nations Unies, *Convention de Vienne sur les relations diplomatiques*, Vienne, 1961.

Organisation des Nations unies pour l'éducation, la science et la culture, *Conférence intergouvernementale sur les politiques culturelles pour le développement. Plan d'action sur les politiques culturelles pour le développement*, Mexico, 1982.

Organisation Internationale de la francophonie, *La langue française dans le monde. 2015-2018*, Paris, Gallimard, 2019.

Pascal Ory, *Quelques notes succinctes sur les deux corps de la représentation* in « Sociétés & Représentations », 2 / n°40 2015.

Pascal Ory, *L'histoire culturelle*, Paris, Presses universitaires de France/Humensis, 2019.

Daniel Ostrowski, *Die Public Diplomacy der deutschen Auslandsvertretungen weltweit. Theorie und Praxis der deutschen Auslandsöffentlichkeitsarbeit*, Wiesbaden, VS Verlag für Sozialwissenschaften / GWV Fachverlage GmbH Wiesbaden, 1ère éd., 2010.

OTAN - Site officiel, *Relations OTAN-Russie : les faits*. https://www.nato.int/cps/fr/natolive/topics_111767.htm#cl410, consulté le 07.08.2018.

Isabelle Pariente-Butterlin, *La dimension implicite de la norme* in « Multitudes », 34 / n°3 2008], p. 171.

Parlement Européen, *Résolution du 23 Novembre 2016. Communcation stratégique de L'Union visant à contrer la propagande dirigée contre elle par des tiers* 23 Novembre 2016, consulté le 05.12.2016.

Artem Patalakh, *Soft power revisited. What attraction is in international relations*, Milan, 2017.

Lei Pei; Dina Mayzlin, *Influencing the Influencers* in « SSRN Electronic Journal » 2019.

Charles S. Peirce, *A Syllabus of Certain Topics of Logic*, Boston, Alfred Mudge & Son, 1903.

Hansgerd Peisert, *Die auswärtige Kulturpolitik der Bundesrepublik Deutschland*, Stuttgart, Klett, 1978.

Persus, *Plato, Republic. book 10*. http://www.perseus.tufts.edu/hopper/text?doc=Perseus%3Atext%3A1999.01.0167%3Abook%3D10%3Asection%3D607a, consulté le 27.11.2018.

Frédéric Petit, *Avis. Tome II : Action extérieure de l'état: diplomatie culturelle et d'influence - Francophonie*.

Frédéric Petit, *Action extérieure de l'état. Diplomatie culturelle et d'influence – francophonie*, 12 octobre 2018.

Richard Pipes, *Russia under the old regime*, New York, Scribner, 1974.

Plato; Friedrich Ast, *Politiae lib. IX-X., Timaeum Et Critiam Continens*, Weidmann.

Platon, *Platons Werke. Dritter Theil. Der Staat*, Berlin, 1828, 1. éd. c. 380 v. Chr. Traducteur/rice : F. Schleimeiermacher.

Platon, *Gorgias. De la rhétorique*, La Bibliothèque électronique du Québec, 2016, 1. éd. 380 av. J.-C. Traducteur/rice : Émile Chambry.

Julius Pokorny, *Indogermanisches etymologisches Wörterbuch*, Tübingen, Francke, 3ème éd., 1994.

Karl R. Popper, *Three Worlds. The Tanner Lecture on Human Values at the University of Michigan* 1978. https://tannerlectures.utah.edu/_documents/a-to-z/p/popper80.pdf.

Evgenij M. Primakov, *Vstreči na perekrestkach*, Moskva, Centrpoligraf, 2016.

Joshua Project, *Russian | Joshua Project*. https://joshuaproject.net/people_groups/14598, consulté le 22/08/2018.

Hilary Putnam, *It Ain't Necessarily So* in « The Journal of Philosophy », 59 / n°22 1962], p. 658.

Abdelhak Qribi, *Socialisation et identité* in « Empan », 58 / n°2 2005], p. 129.

András Rácz; Cristina Gherasimov; Milan Nič, *Four Scenarios for the Crisis in Belarus* in « DGAP Policy Brief » n°N°16 August 2020.

Frédéric Ramel, *L'attraction mondiale*, Paris, Lieu de publication inconnu, Presses de Sciences Po; Cairn, 2013.

RBTH; Olessia Khantsevitch, *Russie, France : « des liens culturels privilégiés à préserver »* in « Russia beyond the Headlines ».

Robert Redfield; Ralph Linton; Melville J. Herskovits, *Memorandum for the Study of Acculturation* in « American Anthropologist », 38 / n°1 1936], p. 149–152.

Wolfgang Reinbold, *Propaganda und Mission im ältesten Christentum. Eine Untersuchung zu den Modalitäten der Ausbreitung der frühen Kirche*, Göttingen, Vandenhoeck und Ruprecht, 2000.

Jean-Baptiste Renault, *Théorie et esthétiques de la métaphore. La métaphore et son soupçon, entre correspondances et dissemblances, métaphores linguistiques et iconiques.*, Paris III, 2013.

République française, *Loi n°2010-873 relative à l'action extérieure de l'Etat (1). L. n°2010-873*, 27 juillet 2010.

République française, *Décret n°2010-1695 relatif à l'Institut français. D. n°2010-1695*, 30 décembre 2010.

République française; Fédération de Russie, *Accord de coopération culturelle entre le gouvernement de la République française et le gouvernement de la fédération de Russie*, 6 février 1992.

République française; République fédérale allemande, *Traité d'Aix-la-Chapelle sur la coopération et l'intégration franco-allemandes. Traité d'Aix-la-Chapelle*, 22 janvier 2019.

Paul Ricoeur, *Étude sur les « Méditations Cartésiennes » de Husserl* in « Revue Philosophique de Louvain », 52 / n°33 1954], p. 75–109.

Joachim Ritter, et al., *Historisches Wörterbuch der Philosophie online*, Basel, Schwabe Verlag, 2017.

Franz Ronneberger; Manfred Rühl, *Theorie der Public Relations. Ein Entwurf*, Wiesbaden, VS Verlag für Sozialwissenschaften, 1992.

François de Rougemont, et al., *Confucius Sinarum philosophus, sive Scientia sinensis, latine exposita. Studio & opera Prosperi Intorcetta, Christiani Herdtrich, Francisci Rougemont, Philippi Couplet patrum Societatis Jesu*, Paris, 1686-1687.

Floyd W. Rudmin, *Critical History of the Acculturation Psychology of Assimilation, Separation, Integration, and Marginalization* in « Review of General Psychology », 7 / n°1 2003], p. 3–37.

Jean-Jacques Salomon, *La fabrique de l'homme nouveau* in « Journal français de psychiatrie », 17 / n°3 2002], p. 41.

Thierry Sarmant, *1715. La France et le monde*, Paris, Perrin, 2017.

Jean-Paul Sartre, *Plaidoyer pour les intellectuels*, Paris, 1972.

Ferdinand d. Saussure, *Cours de linguistique générale*, Tübingen, Narr Verlag, 2013, 1. éd. 1916.

Carl Schmitt, *Der Begriff des Politischen*, Berlin, Duncker und Humblot, 1932.

Carl Schmitt, *Gespräche über die Macht und den Zugang zum Machthaber*, Stuttgart, Klett-cotta, 2008 [1st ed. 1954].

Wolfgang Schneider; Anna Kaitinnis, *Kulturarbeit in Transformationsprozessen. Innenansichten zur "Aussenpolitik" des Goethe-Instituts*, Wiesbaden, Springer VS, 2016.

Arthur Schopenhauer, *Die Welt als Wille und Vorstellung*, Zürich, Diogenes, 1977, 1. éd. 1819.

Arthur Schopenhauer, *Parerga und Paralipomena 2. kleine philosophische Schriften*, Zürich, Haffman, 1999, 1. éd. 1851.

Louis Segond, *Sainte Bible*, Woodstock, Ontario, Canada, Devoted Publishing, 2017.

Jean Seidengart, *Monde* in Blay, Michel (éd.), *Dictionnaire des concepts philosophiques*, Paris, 2003], p. 699–700.

Helmut Seiffert, *Einführung in die Wissenschaftstheorie 1. Sprachanalyse, Deduktion, Induktion in Natur- und Sozialwissenschaften*, München, Beck, 2003.

Benno Signitzer, *Staaten im internationalen System* in Jarren, Otfried (éd.), *Politische Kommunikation in der demokratischen Gesellschaft. Ein Handbuch mit Lexikonteil*, Opladen, Wiesbaden, Westdt. Verl., 1ère éd., 2002], p. 496–505.

Nikos Smyrnaios, *L'effet GAFAM : stratégies et logiques de l'oligopole de l'internet* in « Communication & langages », 2016 / n°188 2016], p. 61–83.

Nancy Snow; Philip M. Taylor, *The new public diplomacy handbook*, London, Routledge, 2009.

Catherine Soanes; Judy Persall, *Oxford dictionary of English*, Oxford, Oxford Univ. Pr, 2ème éd., 2005.

Jonathan D. Spence, *To change China. Western advisers in China*, New York, Penguin Books, 2002, 1. éd. 1969.

Nicolas Standaert, *Christianity shaped by the Chinese* in Hsia, R. Po-chia (éd.), *Reform and expansion 1500-1600*, Cambridge [etc.], Cambridge University Press, 2007], p. 558–576.

Statista, *Russian gas dependence in Europe by country 2020*. https://www.statista.com/statistics/1201743/russian-gas-dependence-in-europe-by-country/, consulté le 09.11.2021.

Steering Committee for Culture, Heritage And Landscape, *Presentation of the Cultural Policy Review of the Russian Federation*, Strasbourg, 2013.

Benn Steil, *Russia's Clash With the West Is About Geography, Not Ideology* in « Foreign Policy » 2018.

Sun Tzu, *L'Art de la Guerre. Les treize articles*, Paris, Didot l'aîné, 1772, 1. éd. IVe siècle av. J.-C. Traducteur/rice : Amiot, Joseph-Marie.

Gabriel Tarde, *L'opinion et la Foule*, Paris, 1989, 1. éd. 1901.

Charles Taylor; Amy Gutmann, *Multiculturalism. Examining the politics of recognition*, Princeton, NJ, Princeton Univ. Press, 1994.

Kathleen E. Taylor, *Brainwashing. The science of thought control*, Oxford, New York, Oxford University Press, 2004.

Nicolas Tenzer, *La diplomatie d'influence sert-elle à quelque chose ?* in « Revue internationale et stratégique » n°89 2013.

Laurent Thévenot, *« Des Liens du Proche aux Lieux du Public »* in « Revue d'études comparatives Est-Ouest », 48 / n°3 2017], p. 7.

Rolf G. Tiedemann, *Christianity in East Asia* in Brown, Stewart Jay; Tackett, Timothy (éd.), *The Cambridge history of Christianity. Volume 7: Enlightenment, reawakening, and revolution, 1660-1815*, Cambridge, Cambridge University Press, 2006], p. 451–474.

Scott Timberg, *The Creative Class is a Lie* in « Salon ».

Scott Timberg, *Culture crash. The killing of the creative class*, New Haven, Yale University Press, 2015.

Alan Timberlake, *A Reference Grammar of Russian*, Cambridge (UK), Cambridge University Press, 2004.

Ferdinand Tönnies, *Kritik der Öffentlichen Meinung*, Berlin, 1922.

Toute l'Europe, *La dépendance énergétique européenne*. https://www.touteleurope.eu/environnement/la-dependance-energetique-europeenne/, consulté le 09.08.2018.

Trésor de la langue francaise informatisé, *Publicité* 2020. http://stella.atilf.fr/Dendien/scripts/tlfiv5/advanced.exe?8;s=3308975880;, consulté le 27/01/2020.

Andreas Umland, *Preparing for and working towards a democratic Russia* in « Open Democracy » 28.12.2017.

UNESCO, *Convention créant une Organisation des Nations Unies pour l'éducation, la science et la culture*, Londres, 16/11/1945.

UNESCO, *Compétences interculturelles. Cadre conceptuel et opérationnel*, Paris, 2013.

UNESCO, *Global Flow of Tertiary-Level Students* 2018. http://uis.unesco.org/en/uis-student-flow, consulté le 21/08/2018.

UNESCO Institute for Statistics, *International Standard Classification of Education. ISCED 2011*, Montreal, 2012.

Union Européenne, *Traité sur le fonctionnement de l'Union Européenne. TFUE*, 26/10/2012.

Union Européenne, *EU Who is who. Service européen pour l'action extérieure - Politique de communication et diplomatie publique (SG.STRAT.1)* 2021. https://op.europa.eu/fr/web/who-is-who/organization/-/organization/EEAS/EEAS_CRF_248858, consulté le 27.10.2021.

Peter van Ham, *Social power in international politics*, New York, Routledge, 2010.

Max Vasmer, *Этимологический словарь русского языка*, Москва, 1964—1973.

Claude Vauclare, *Les événements culturels : essai de typologie* in « Culture Etudes », 3 / n°3 2009], p. 1.

Anna Velikaya, *Russia's public diplomacy*, New York NY, Springer Berlin Heidelberg, 2019.

Jean-Pierre Vernant, *Les origines de la pensée grecque*, Paris (6, avenue Reille 75685), P.U.F, 2017.

Andreas Vierecke, et al., *Dtv-Atlas - Politik. Politische Theorie - Politische Systeme - Internationale Beziehungen*, München, 2009.

Margus Vihalem, *Qu'est-ce qu'une subjectivation ? Les rapports entre le savoir, le pouvoir et le sujet dans la pensée de Michel Foucault* in « Synergies Pays Riverains de la Baltique » n°8 2011], p. 89–100.

Gediminas Vilkas, *Les propagandes anti-UE russe et des groupes terroristes islamistes alarmantes Actualité | Parlement européen*. http://www.europarl.europa.eu/news/fr/news-room/20161118IPR51718/les-propagandes-anti-ue-russe-et-des-groupes-terroristes-islamistes-alarmantes, consulté le 27.11.2016.

Kai Vogelsang, *Kleine Geschichte Chinas*, Ditzingen, Stuttgart, Reclam, 2ème éd., 2019.

Matthias T. Vogt, *Beitrag der Kultur zur Wohlfahrt. Kleine Erläuterung der beiliegenden Ideenskizze* in Vogt, Matthias Theodor (éd.), *Kultur im ländlichen Raum. Das Beispiel Mittelsachsen*, Leipzig, 2000], p. 17–25.

Matthias T. Vogt, *Die Stärke der Schwäche*, Frankfurt, M., Berlin, Bern, Bruxelles, New York, NY, Oxford, Wien, Lang, 2009.

Matthias T. Vogt, *Was ist Kulturpolitik?*, Görlitz, März 2010.

Matthias T. Vogt, et al., *Stärkung der Resilienz in Mittelstädten. Informationsaustausch regionaler Akteure*, Görlitz, 2015.

Matthias T. Vogt, *Interculturality – Institut für kulturelle Infrastruktur Sachsen* 2017. http://kultur.org/forschungen/interculturality/, consulté le 18.05.2018.

Matthias T. Vogt, *Interkulturalität als systemische Herausforderung für Europas Nationalstaaten* in « Europäisches Journal für Minderheitenfragen », 11 / n°1-2 2018], p. 180–204.

Matthias T. Vogt; Erik Fritzsche; Christoph Meißelbach, *Ankommen in der deutschen Lebenswelt. Migranten-Enkulturation und regionale Resilienz in der Einen Welt*, Berlin, BWV Berliner Wissenschafts-Verlag, 2016.

Stephan Wackwick; Lasha Khvedelidze, *Heimspiel*, Tblissi, 2015.

Kenneth N. Waltz, *Theory of international politics*, Reading, Mass., Addison-Wesley, 1979.

Fay E. Ward, *Cowboy at Work*, Dover Publications, 2013.

Max Weber, *Wirtschaft und Gesellschaft*, Tübingen, J.C.B. Mohr (P. Siebeck), 2015, 1. éd. 1922.

Sigrid Weigel, *Transnationale Auswärtige Kulturpolitik – Jenseits der Nationalkultur. Voraussetzungen und Perspektiven der Verschränkung von Innen und Außen*, 2019.

Nicholas Westcott, *Digital Diplomacy. The Impact of the Internet on International Relations* in « SSRN Electronic Journal » n°16 2008.

Kenneth Winston; Mary J. Bane, *Reflections on the Jesuit Mission to China* in « SSRN Electronic Journal » 2010.

Barthold C. Witte, *Für die Freiheit eine Gasse. Aus dem Leben eines liberalen Bürgers*, Stuttgart, Hohenheim Verl., 2003.

Ludwig Wittgenstein, *Logisch-Philosophische Abhandlung*, Wien, Wilhelm Ostwald's Annalen der Naturphilosophie, 1921.

Jürgen Wolff, *Using the Jesuits' accommodation experience in China. To guide change in Chinese organzational settings today*, Cheltenham, 2016.

Wichard Woyke, *Handwörterbuch Internationale Politik*, Ulm, 2008.

Xǔ Shèn (许慎), *说文解字 (Shuōwén Jiězì)* 121. http://www.shuowenjiezi.com/result4.php?id=9206, consulté le 06/08/2020.

Umut Yukaruç, *A Critical Approach to Soft Power* in « Bitlis Eren Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi / Journal of Bitlis Eren University », 6 / n°2 12/2017], p. 491–502.

Georg-Volkmar G. Zedtwitz-Arnim, *Tue Gutes und rede darüber*, München, Heyne, 1981, 1. éd. 1961.

Zhang Yushu (張玉書); Chen Tingjing (陳廷敬), *康熙字典 (Kāngxī zìdiǎn)* 1716. http://www.kangxizidian.com/orgnew/index.php?page=146, consulté le 06/08/2020.

Sandrine Zufferey; Jacques Moeschler, *Initiation à l'étude du sens*, Editions Sciences Humaines, 2012.

Алексей Богатуров, *Три поколения внешнеполитических доктрин России. Текущий номер. Том 13, № 1 (40). Январь–март 2015* in « Международные процессы », 1 / 2015.

Елена Борисова, *Soft power, мягкая сила,мягкая власть. междисциплинарный анализ*, Moskva, Flinta, 3ème éd., 2016.

Виктор В. Бычков, *Икона и русский авангард начала XX века* in Бычков, Виктор В. (éd.), *КорневищЕ. Книга неклассической эстетики*, Москва, 1998], p. 58–75.

Анна Великая, *Публичная дипломатия как инструмент международного диалога* in « Международная жизнь », Февраль / 2016], p. 154–165.

Татьяна Ф. Ефремова, *Новый словарь русского языка. Толково-словообразовательный*, Москва, Русский язык, 2000.

Татьяна Л. Лабутина, *К вопросу об этнических стереотипах в исторической имагологии. Трансформация образа «чужого» в образ «врага»* in Лабутина, Татьяна Леонидовна (éd.), *"Свой"/"Чужой" в кросс-культурных коммуникациях Запада и России*, Sankt-Peterburg, Алетейя, 2019.

Лента новостей, *Военные учения НАТО Saber Strike начались в Эстонии* in « Коммерсантъ » 13.06.2016.

Виктор Мартьянов, *Постсоветская Россия. Социально-теоретические размышления* in Куренной, Виталий А. (éd.), *История и теория интеллигенции и интеллектуалов*, Москва, Наследие Евразии, 2009], p. 72–95.

Лиза Миллер, *Госдума приняла закон о СМИ—иностранных агентах* in « Коммерсантъ ».

Министерство иностранных дел Российской Федерации, *Концепция внешней политики Российской Федерации* 30 ноября 2016. http://www.mid.ru/foreign_policy/news/-

/asset_publisher/cKNonkJE02Bw/content/id/2542248?p_p_id=101_INSTANCE_cKNonkJE02Bw&_101_INSTANCE_cKNonkJE02Bw_languageId=ru_RU, consulté le 07.08.2018.

Российская Федерация, *Федеральный закон от N 7-ФЗ "О некоммерческих организациях"*, 12.01.1996.

Игорь В. Сибиряков, *Новая российская интелллигенция. проблемы самоидентификации* in « Вестник Южно-Уральского государственного университета » n°Т. 13, № 1 2013.

Федеральная служба государственной статистики (Росдата), *Российский статистический ежегодник 2017*, Москва, 2017.

Федеральное Агентство По Туризму, *Количество поездок граждан иностранных государств с целью туризма на территорию РФ за 2017 год* 2018. https://www.russiatourism.ru/contents/statistika/statisticheskie-pokazateli-vzaimnykh-poezdok-grazhdan-rossiyskoy-federatsii-i-grazhdan-inostrannykh-gosudarstv/vyborochnaya-statisticheskaya-informatsiya-rasschitannaya-v-sootvetstvii-s-ofitsialnoy-statisticheskoy-metodologiey-otsenki-chisla-vezdnykh-i-vyezdnykh-turistskikh-poezdok/, consulté le 20.08.2018.

Федеральное Агентство По Туризму, *Чемпионат мира по футболу FIFA 2018* 30/03/2020. https://tourism.gov.ru/chm-2018/16642/, consulté le 30.11.2021.

Федеральный закон, *"О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации в части регулирования деятельности некоммерческих организаций, выполняющих функции иностранного агента". N 121-ФЗ*, 20.07.2012.

Елена Франклин, *Агенты народа. Четыре года действия закона «Об Иностранных Агентах» в России: последствия для общества*, 2016.

Численность русских (русскоязычных), проживающих в странах ЕС, и центры Россотрудничества. https://obivatel007.livejournal.com/152367.html, consulté le 22/08/2018.

Annexes

Annexes accessibles par ce lien:

http://www.s8adhoug.bplaced.net/3.Recherches/Annexes.pdf

Mot de passe : 47Aj_DkH5LQxPdf