

PENSEE CRITIQUE DU SOFT POWER : L'arme de faire les yeux doux

Critical thinking of Soft Power : a weapon of influence

BELHAJ Leila

Enseignant chercheur

Faculté des Sciences de l'Education

Université Mohammed V

Chef du département techno pédagogie et innovation (FSE)

l-belhaj@um5s.net.ma

MANKARI Bouchra

Doctorant

Faculté des Langues Lettres et Arts

Université Ibn Tofail

Sciences du Langage et Communication / Laboratoire de Langage et Société

Maroc

bouchra.mankari@uit.ac.ma

Date de soumission : 03/07/2023

Date d'acceptation : 24/08/2023

Pour citer cet article :

MANKARI. B et BELHAJ. L (2023) « Pensée critique du Soft Power : L'arme de faire les yeux doux », Revue Internationale du Chercheur «Volume 4 : Numéro 3 » pp : 1 - 13

Résumé

En dépit qu'il est venu remédier aux maux que le Hard power ne pouvait pas guérir et de réussir là où la coercition, la contrainte, les tanks et mines antipersonnel ont échoué, grâce à l'établissement de rapports asymétriques ainsi que de la prévalence des compromis et des accords, les stratégies de la puissance douce ne sont pas exemptes de critiques. Le soft power demeure toutefois une puissance, et qui dit puissance dit rapports conflictuels au vu de son recours à la manipulation et la conspiration, dans le dessein de forcer « l'influé » à adopter nos mêmes valeurs, le « désarmer » de son aversion, dans la visée de défendre les intérêts du pays et orienter les relations internationales en sa faveur afin d'obtenir les résultats stratégiques escomptés.

L'article se veut une analyse critique du soft power et affirme que ledit pouvoir peut être critiqué en trois points : premièrement, l'incommensurabilité du concept et prouver que le comportement d'un pays est le résultat d'une stratégie soft power d'un pays l'appliquant. Deuxièmement, l'article prétend que le concept n'est pas original et existe des similitudes avec d'autres approches tel que le l'hégémonie de Gramsci et le troisième pouvoir de Lukes.

Mots clés : Soft power, relations internationales, propagande, diplomatie, analyse critique

Abstract

Even though it has come to remedy the ills that hard power could not cure and to succeed where coercion, tanks and anti-personnel mines have failed, thanks to the establishment of asymmetric relations as well as the prevalence of compromises and agreements, soft power strategies are not exempt from criticism. Soft power, however, remains a power, and who says power says conflictual and forceful relations in view of its use of manipulation and conspiracy, in order to force the "influenced" to adopt our same values, to "disarm" him from his aversion, in order to defend the interests of the country and orient international relations in its favor in order to achieve the expected strategic results.

The article is a critical analysis of soft power and asserts that soft power can be criticized in three points: first, the incommensurability of the concept and prove that the behavior of a country is the result of a soft power strategy of a country applying it. Second, the article claims that the concept is not original and there are similarities between the concept in question and other approaches such as the concept of hegemony of the Italian philosopher, Antonio Gramsci and Lukes's third estate.

Keywords : Soft power, international relations, propaganda, diplomacy, critical analysis

Introduction

Le soft power est un concept relativement nouveau qui décrit la capacité de changer les décisions de quelqu'un ou d'atteindre ce que l'on veut par l'attraction plutôt que par la coercition. Le concept du Soft Power est devenu de plus en plus utilisé dans les discours sur les relations internationales (RI). Le terme soft power a été développé par le politologue et professeur à Harvard Joseph Nye au début des années 1990 dans son livre "Bound to Lead" qui remettait en question la vision conventionnelle du déclin de la puissance américaine. Le soft power est conceptualisé comme la « capacité d'obtenir ce que le pays aspire à avoir par l'attraction, plutôt que par la coercition ou les paiements. Elle découle de l'attractivité de la culture, des idéaux politiques et des politiques d'un pays » (Nye, 2004 : 7).

Nye a fait valoir que, bien que les États-Unis semblaient relativement plus faibles qu'ils ne l'avaient pas été à la fin de la Seconde Guerre mondiale, le pays avait toujours une source de pouvoir unique à exploiter. Au-delà de l'utilisation de la puissance militaire « *pour faire des choses et contrôler les autres* », a expliqué plus tard Nye, « *pour amener les autres à faire ce qu'ils ne feraient pas autrement* », les États-Unis pourraient s'appuyer sur leur puissance douce – leur pouvoir non coercitif – pour consolider leur position de leader dans le monde.

Le soft power s'est épanoui après la fin de la guerre froide. Décidément, en raison de la mondialisation et de la communication, l'utilisation du soft power devient de plus en plus importante. En fait, à la lumière de cela, Nye déclare que « Gagner les cœurs et les esprits a toujours été important, mais cela l'est encore plus à l'ère de l'information mondiale. L'information, c'est le pouvoir, et la technologie de l'information moderne diffuse l'information plus largement que jamais dans l'histoire » (Nye 2004).

Néanmoins, certaines théories présument que la définition de Joseph Nye du soft power est loin d'être complète, et prétendent que le soft power se situe quelque part entre la persuasion et la manipulation, d'autant plus que c'est une forme déguisée de la propagande et de la désinformation.

L'article vise à faire une analyse critique du Soft Power en trois points, à savoir, sa non-originalité et sa similitude avec d'autres théories, son sous-développement théorique, la difficulté de son évaluation, et ensuite nous abordons la controverse sur la réelle quintessence du soft power, motivée par sa définition vague comme le soutient Fan, et sa ressemblance avec d'autres concepts dépravés. De ce fait, le soft power est-il un euphémisme de la manipulation ? Forme-t-il un continuum ou une dichotomie avec la propagande ?

1. Non originalité du concept : similitude avec d'autres approches des relations internationales

Bien que ce concept théoriquement sous-développé soit accepté par les penseurs dans le domaine des relations internationales (RI) et les gouvernements, tout comme la diplomatie publique, le “country branding” et beaucoup de concepts inhérents au domaine des Relations Internationales, le Soft Power a été largement critiqué par certains académiciens et politiciens en raison de la non-originalité du concept et sa similitude avec d'autres approches, telle que l'hégémonie d'Antonio Gramsci.

1.1. Puissance d'attraction et troisième dimension du pouvoir de Lukes

En 1974, bien avant l'invention du concept du Soft Power, Steven Lukes, soutient qu'il existe trois formes de pouvoir. Il affirme que le pouvoir ne peut être une forme d'influence que quand il s'agit de sanctions, et que l'influence et l'autorité ne peuvent être considérées en tant que forme de pouvoir que lorsqu'il s'agit de conflit d'intérêt (voir *figure 1*).

La première est explicite et non dissimulée. Elle joue un rôle prépondérant dans la prise de décision publique et se manifeste par une personne ou un groupe ayant du pouvoir sur une ou plusieurs autres. Une décision ou une personne prévaut sur une autre. Cette idée a été avancée par le théoricien politique Robert Dahl dans son livre fondateur *Who Governs? Démocratie et pouvoir dans une ville américaine* (1961). Il fait suite aux travaux du sociologue américain C. Wright Mills (1956), qui a noté que des individus particuliers occupaient des positions de pouvoir particulières au sein des institutions sociales, économiques et politiques à travers l'Amérique, et formaient ainsi une « élite de pouvoir ».

La deuxième dimension est le pouvoir secret. Il ne s'agit pas uniquement de savoir qui ou quel groupe prévaut, mais qui contrôle l'ordre du jour sur lequel les décisions sont basées ou prises. Il ne s'agit donc pas seulement de savoir qui prend les décisions, mais qui décide quelles décisions doivent être prises en premier lieu.

En d'autres termes, qui décide de ce qui est décidé. Ce sont Peter Bachrach et Morton S. Baratz (1962) qui ont développé cette notion dans leur essai influent, *The Two Faces of Power*, qui différencie les formes manifestes et cachées. Le but de la deuxième dimension du pouvoir est de maintenir le statu quo, afin que ceux qui sont au pouvoir restent au pouvoir et continuent à faire servir leurs intérêts. Cette théorie s'accompagne de complications méthodologiques quant à la manière d'analyser ces dynamiques voilées, puisque de telles activités ont tendance à ne pas avoir lieu dans la vie publique ouverte.

Selon Steven Lukes, il existe un autre type de pouvoir qui était encore plus caché que le pouvoir secret théorisé par Bachrach et Baratz, et donc encore plus efficace. Il a suggéré qu'il y avait une troisième dimension du pouvoir (1974), une forme de pouvoir qui implique que les gens voient leurs croyances et leurs préférences façonnées et affectées par les puissants, souvent sans même qu'ils s'en rendent compte.

Figure N° 1 : Cartographie conceptuelle du pouvoir en trois dimensions

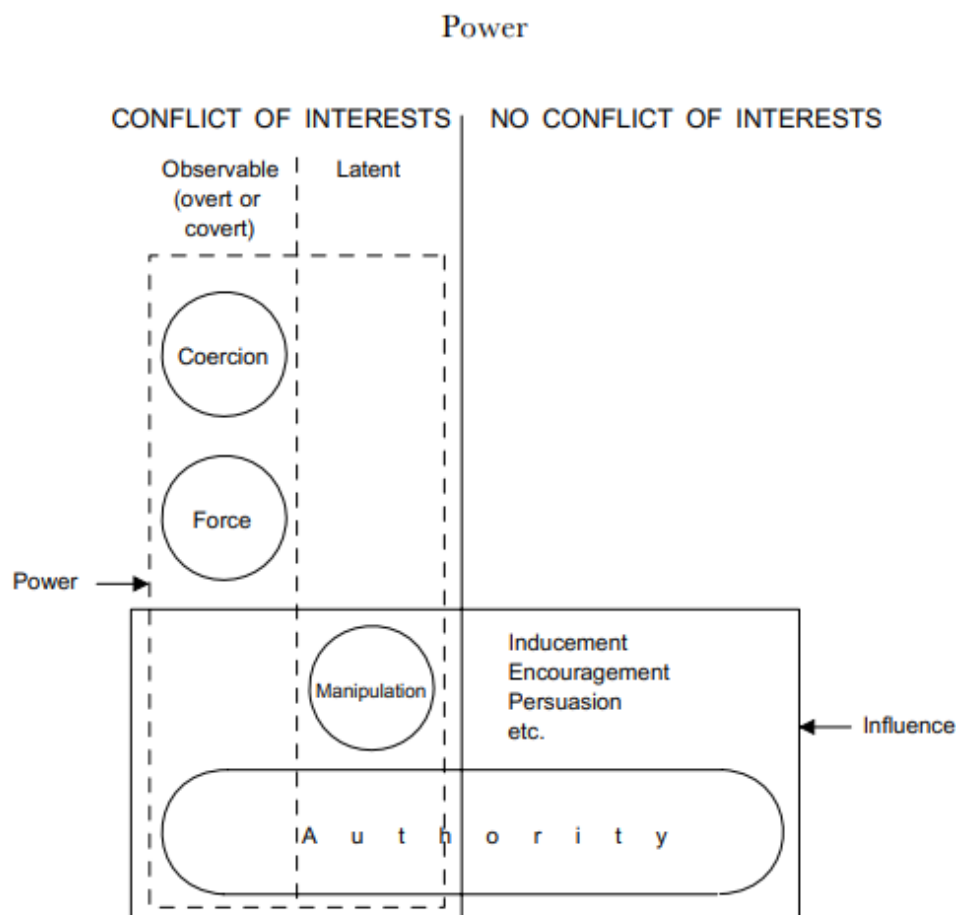


Figure 1

Source : Steven Lukes, 1974, Power: A Radical View ed.1, Macmillan: London.

Lukes a soutenu que c'est cette forme de pouvoir qui est la plus puissante de toutes. C'est le plus efficace car c'est le pouvoir d'influencer les croyances et les idées des autres, les amenant à désirer des choses, même si ces choses sont en opposition avec ce qui leur serait bénéfique ou dans leur intérêt. Ainsi, les gens ordinaires, ou ceux qui sont impuissants, peuvent montrer

un consensus apparent dans leur propre manipulation afin de servir les puissants. Selon Lukes, cette idée de cadrer les choix de quelqu'un d'autre n'a même pas à se produire délibérément ou avec intention.

Il a affirmé que cette troisième dimension du pouvoir est la plus efficace parce qu'elle est la moins observable. Il est difficile de le soumettre à un examen minutieux et à une analyse, ce qui le rend d'autant plus pernicieux. Il y a ici un lien évident avec la notion de « violence symbolique » de Pierre Bourdieu, expliquée par le sociologue comme : « la violence qui s'exerce sur un agent social avec sa complicité » (Bourdieu et Wacquant 2002 : 167). C'est donc le genre de domination, à la fois apparente et inconsciente, que les gens propagent dans la vie de tous les jours. En raison de la normalisation de ces actions et de la manière dont elles sont pratiquées et répétées au sein d'institutions et de situations soi-disant légitimes (par exemple, à la maison, à l'école ou sur le lieu de travail, ainsi qu'à travers des publicités, des films et d'autres moyens culturels), ils passent souvent inaperçus et réaffirmés.

1.2. Similitude avec l'approche d'Edward Hallett Carr

Selon l'historien et théoricien des relations internationales (E. H. Carr), les États utilisent le pouvoir en vue de contrôler les autres et assurer leur sécurité en modifiant leurs actions. Bien que les ressources matérielles telles que le pouvoir militaire ou économique soient au centre de la théorie réaliste, Carr pense que les concepts non matériels tels que la psychologie humaine ou l'opinion publique sont également importants. D'après Carr, le pouvoir est divisé en trois catégories : le pouvoir militaire, le pouvoir économique et le pouvoir sur l'opinion.

Carr affirme que « L'art de la persuasion a toujours fait partie intégrante de l'arsenal d'un dirigeant politique. Mais l'opinion populaire qui considère la propagande comme une arme typiquement moderne est, néanmoins, substantiellement correcte ». Ensuite, quand on pense que la diplomatie publique tente, aujourd'hui, de fonctionner comme un instrument de propagande internationale, on peut dire qu'elle coïncide avec la démarche de Carr. De plus, la puissance intelligente, qui est définie comme une combinaison de puissance dure et douce, coïncide également avec l'approche de Carr en matière de puissance, car il pense que les sources d'énergie non matérielles sont également essentielles en plus de la puissance économique et militaire.

2. Incommensurabilité de l'impact du soft power

Il est évident que le Hard power est facile à mesurer. Il est possible de compter le nombre de missiles, de chars et de troupes. (Comme l'aurait demandé Staline : « Combien de divisions le pape a-t-il ? »). Mais comment peut-on mesurer le soft power ?

Le soft power est incommensurable, et est difficile à quantifier, comme il est donc difficile de mesurer son succès. Pourtant, il est plus simple de mesurer le Hard Power, qui lui est axé sur les ressources mesurables (argent, soldats, balles), ceci dit qu'il est plus simple à quantifier, de même que les résultats de ses applications. Tandis que le soft power vise à changer les attitudes, et du coup, il est très compliqué d'attribuer à ses résultats un nombre ou un niveau.

Ce n'est pas que le soft power ait des objectifs stratégiques plus complexes ; changer le comportement humain devrait toujours être l'objectif d'une politique étrangère. Les objectifs stratégiques du soft power sont plus transparents et plus directement traduits dans les phases opérationnelles d'exécution. Il est beaucoup plus difficile d'obscurcir les objectifs stratégiques lors d'une initiative de soft power, car les « cibles » opérationnelles sont souvent des comportements et des attitudes humaines et ne sont pas facilement quantifiables.

3. Le Soft Power et la propagande : dichotomie ou continuum ?

Nye affirme que les instruments du soft power ne sont pas entièrement sous le contrôle des gouvernements. Alors que les gouvernements contrôlent la politique, la culture et les valeurs sont ancrées dans les sociétés civiles.

Il sied de rappeler que la politique étrangère, la culture et les valeurs, dépeignent les trois vecteurs du soft power d'après « Think Again : Soft Power », publié en 2006 par Joseph Nye suite à une rectification du tir de la première définition du concept (Bound To Lead, 1990). Ces trois vecteurs sont également des moyens pacifiques à même de persuader et influencer les autres acteurs des relations internationales, à savoir les Etats, les organisations internationales (OI), les organisations non gouvernementales (ONG), les firmes multinationales ainsi que les autres acteurs transnationaux.

Dès lors, le soft power dépend de la crédibilité, et quand les gouvernements sont considérés comme manipulateurs et l'information est perçue comme de la propagande, la crédibilité est détruite (Nye, 2008).

D'autres ont soutenu que le Soft Power et la diplomatie publique sont des antonymes de propagande (Kondo, 2008, Melissen, 2005). Kondo dit que, si la diplomatie publique tente de maximiser son pouvoir en utilisant les caractéristiques du soft power sous la forme d'une

interaction coopérative, la propagande peut être considérée comme une politique qui gère les caractéristiques du Soft Power (Kondo, 2008: 198). Et dans une étude de l'art, Elliott dit que, alors que la propagande est créée dans le but de transmettre des messages ING, le pouvoir logiciel est un sous-produit de l'expression créative (Elliott, 2010: 166). Elliott souligne que le contrôle gouvernemental est au cœur de la propagande, tandis que le soft power est soumis à la société et incontrôlé par le gouvernement (Elliott, 2010: 167). Le point commun de ces discussions est qu'il y a une différence significative entre la propagande sous contrôle de l'État et le soft power.

Pendant ce temps, Watson distingue le soft power dirigé par l'État et le soft power de la société civile : « Le soft power dirigé par l'État est compris comme une extension du pouvoir de l'État tandis que le soft power civil ou le soft power non officiel implique les interactions des individus et des organisations non gouvernementales » (Watson, 2012 : 308). La raison de cette controverse est que le concept de soft power est vague, comme l'a soutenu Fan (2008).

D'autres part, Fisher et Lucas notent qu'il y a eu « des luttes sur les nombreuses étiquettes et définitions dans le domaine de l'influence – propagande, soft power, diplomatie culturelle et diplomatie publique » (Fisher et Lucas, 2011 : 3-11), à la fois au sein du milieu universitaire et du gouvernement.

4. Le Soft Power : un euphémisme pour manipulation ?

Vers les années 1990, ironiquement, année de découverte du Soft Power par l'américain Joseph Nye, les Etats-Unis, prétextant sauver le monde contre les tyrans envahissant le monde avec leurs armes de destruction massive, ont commencé à engager des agences de relations publiques telles que : Rendon Group, Ruder Finn, Hill and Knowlton entre autres en plus des spins doctors. Il convient de rappeler que l'application de « l'atrocité propagande » avant le jour bien avant la guerre froide, lors de la première guerre froide, sauf que ses techniques de manipulation se sont professionnalisées vers les années 1990 et la première guerre du Golfe de 1990-1991 est un événement marquant, illustrant ainsi la manipulation de l'opinion publique internationale.

Avec l'argent fourni par le gouvernement koweïtien en exil, l'agence de relations publiques Rendon Group, chargée de surveiller la communication du CIA et du Pentagone et engagée par le gouvernement américain, a falsifié plusieurs témoignages selon lesquels les soldats de Saddam auraient été responsables d'actes épouvantables en débranchant les couveuses des nouveau-nés prématurés. Cette forgerie racontée le 14 octobre 1990 par « l'infirmière

Nayirah » et ayant laissé l'opinion publique internationale en émoi a permis au président Bush d'acquiescer la légitimité devant le Congrès américain en vue de faire face à l'agression irakienne.

Il s'est avéré par la suite que le vrai nom du protagoniste de « l'affaire des couveuses koweïtienne » est Al-Sabah, et elle n'est autre que la fille de l'ambassadeur du Koweït aux États-Unis. Le témoignage soigneusement concocté par les conseillers en communication américains n'était qu'une propagande de guerre. Dès lors, le soft power se différencie des campagnes de manipulation de l'opinion et de propagande, par la crédibilité.

Selon Nye, la leçon à tirer pour les États-Unis, particulièrement le Pentagone qui souhaite renforcer le soft power américain, c'est que celui-ci ne s'obtiendra pas des campagnes de manipulation et de propagande militaire, mais d'une plus grande sensibilité aux opinions des autres dans la formulation des politiques. Ils devraient tenir compte des conseils de Theodore Roosevelt (doctrine du « gros bâton ») : Maintenant que nous, les Américains, avons un gros bâton, nous devrions apprendre à parler doucement.

5. Les limites du concept de Joseph Nye

Après son livre « Bound to Lead », présentant en 1990 le concept du Soft Power pour la première fois, des théoriciens et académiciens des relations internationales reprochaient à Nye le fait que sa conceptualisation restait peu développée. Ce qui a donné lieu à son livre “Soft Power—The Means to Success in World Politics” (2004) qui est venu développer le concept et le passer au crible plus complètement. Les descriptions et explications de Nye esquissent en partie les contours du soft power. Néanmoins, le texte de Nye de 2004 manque d'un cadre théorique cohérent dans l'ensemble et est apparemment séparé de la théorie sociale et politique. Il n'offre aucune rigueur scientifique ou profondeur analytique. Un exemple est les remarques liminaires de Nye sur le concept de pouvoir :

“Le pouvoir est comme le temps. Tout le monde en dépend et en parle, mais peu le comprennent [...] Le pouvoir c'est aussi comme l'amour, plus facile à vivre qu'à définir ou mesurer, mais pas moins réel pour cela. Le dictionnaire nous dit que le pouvoir est la capacité de faire des choses (2004 : 1).”

Dans son article « Think Again: Power », l'historien et professeur d'histoire britannique à l'Université Harvard Niall Ferguson pense qu'un pays ne peut exercer son influence sur les autres par le Soft power, et d'ajouter que si les États-Unis représentent une superpuissance, c'est grâce aux stratégies du Hard Power, c'est-à-dire leurs capacités militaires, l'énorme

budget qu'ils allouent à la défense, leur croissance économique et leurs institutions politiques. Niall Ferguson pense que le soft power est très « soft » pour réaliser les intérêts des États-Unis, car bien que la majorité des multinationales soient américaines, elles n'ont pas réussi à créer l'attractivité escomptée par le Soft Power en vue de faire aimer la culture américaine, en donnant l'exemple des enfants du monde musulman qui apprécient les produits américains tels que Coca-Cola, McDonald's, l'industrie cinématographique hollywoodienne entre autres, toutefois ceux-ci apprécient moins les États-Unis. Ferguson soutient dans son article que les éléments façonnant le pouvoir doivent être tangibles et matériels.

Dans son article "An Unclear Attraction: A Critical Examination of Soft Power as an Analytical Category", Todd Hall confirme lui aussi l'ambiguïté et les limites du concept. Hall dit qu'étant donné que le "soft power" est largement utilisé par les nations du monde entier, le concept est devenu une plutôt une pratique, et non pas un outil d'analyse. Pour Hall, si nous voulons comprendre le mécanisme de l'application du soft power, il va falloir analyser ses ressources et les résultats politiques positifs qu'elles produisent, comme « l'attractivité ». Dans le cas où cette « attraction » n'est pas viable pour les actifs du Soft Power, il serait donc nécessaire de reconsidérer le concept.

Tout comme Ferguson, Hall pense qu'apprécier les produits culturels et les valeurs des États-Unis ne veut pas forcément dire que le pays est attractif, il pense que « le fait que les gens portent des jeans, ne les amène pas à approuver la politique étrangère américaine (Ibid.) » . D'autant plus que l'idée que l'attractivité envers les valeurs et/ou les produits culturels est un mécanisme de politique étrangère, comme le soutient Nye, est un modèle simpliste et qui ne doit pas être tenue pour acquise.

Conclusion

Entre ceux qui présument que le soft power n'est pas une forme de pouvoir qui a été conçue et développée par Nye, et que bien avant lui, d'autres ont développé la théorie de l'existence d'un pouvoir manifesté par les puissants et qui permet d'influencer les croyances et les idées des autres, tels que le pouvoir sur l'opinion et l'art de la persuasion d'**Edward Hallett Carr**, **l'hégémonie de Gramsci** et **le pouvoir secret de Bachrach**. D'autres ont reproché au Soft power, son sous-développement académique, tel qu'il a été forgé par Joseph Nye, en dépit qu'il a été ratifié et repris par la sphère politique.

Par ailleurs, mis à part similarité avec d'autres approches des relations internationales, le soft power à l'opposé du Hard Power auquel il est venu remédier, et est non quantifiable, difficile à mesurer et à évaluer son succès et impact, et vu qu'il s'agit des comportements et des

croyances des gens, dès lors, il est difficile de savoir si l'objectif stratégique d'agir sur les attitudes et les changer a été atteint ou pas.

Par ailleurs, si nous définissons le soft power comme la capacité d'un Etat à obtenir ce qu'il souhaite d'un autre Etat sans que celui-ci n'en soit même conscient, est-il éthique de manipuler et séduire afin d'obtenir ce qu'un Etat souhaite avoir d'un autre? Et est-ce que comme disait Jean Paul Sartre : « tous les moyens sont bons quand ils sont efficaces », malgré qu'ils sont immoraux ? Si oui, pourquoi lui crédité le mérite d'être plus éthique que le hard power, alors que les deux pouvoirs ont pour but d'imposer sa volonté à d'autres corps politiques.

BIBLIOGRAPHIE

- Bachrach, P & Morton S. Baratz. (1962). Two faces of power : The American Political Science Review Journal , Volume 56 numéro 4 : pp. 947-952
- Bourdieu, P & Wacquant, L., Réponses. (1993). Pour une anthropologie réflexive : 167
- Carr, E. H. (1946). The TwentyYears' Crisis 1919-1939: An Introduction to the Study of International Relations, London: Macmillan. Page: 108
- Carr, E. H. (1946), The TwentyYears' Crisis 1919-1939: An Introduction to the Study of International Relations, London: Macmillan. Page: 132)
- Dahl, R. (1961). WhoGoverns? : Democracy and Power in an American City
- Elliott, R. (2010). TwoDecades of American Painting:Propaganda? International Journal of the Arts in Society, 5 (2): 166–167
- Fan, Y (2008). Soft power: Power of attraction or confusion? - Place Branding and Public Diplomacy, volume 4 : pages147–158
- Ferguson, N (2009), Think Again : Power, Foreign Policy
- Fisher, A., & Lucas, S. (2011). "Introduction." In A. Fisher & S. Lucas (Eds.), Trials of Engagement: The Future of US Public Diplomacy : 3-11
- Hall, T (2010). An Unclear Attraction: A Critical Examination of Soft Power as an Analytical Category," *The Chinese Journal of International Politics* 3 : pp. 189-211.
- HUYGHE, F. (2018). Le soft power américain ; séduction et manipulation, Conflits : Revue de Géopolitique (revueconflits.com)
- Lukes, S. (1974). Power: A Radical View ed.1, Macmillan: London.
- Melissen, J (2005). The New Public Diplomacy : Soft Power in International Relations
- Nye, J(2008). Public Diplomacy and Soft Power
- Nye, J(1990). Bound To Lead: *The changing nature of American power*. New York: Basic Books.
- Nye, J(2004). Soft Power : The Means to Success in World Politics



- Nye, J (2006). ThinkAgain : Soft Power
- Watson, L. (2012). South Korea's State-led Soft Power Strategies : Limits on Inter-Korean Relations : 308